

POLITIK **FOOD WASTE**



Gutes für alle.



INHALT

1	STRATEGISCHER ANSATZ & ZIELE	3
1.1	Hintergrund	3
1.2	Zielsetzung	4
2	MASSNAHMEN	7
2.1	Maßnahmen an der Schnittstelle zu Lieferant:innen	7
2.2	Prozessinterne Maßnahmen	8
2.3	Maßnahmen an der Schnittstelle zu Kund:innen	8
2.4	Maßnahmen an der Schnittstelle zu Kooperationspartner:innen	9
3	VERANTWORTLICHKEITEN & ANWENDUNGSBEREICH	10

1 STRATEGISCHER ANSATZ & ZIELE

Die Reduktion von Food Waste in unserem eigenen Verantwortungsbereich und an unseren Schnittstellen ist ein gesetztes Ziel in unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Zur Realisierung haben wir einen dezidierten Maßnahmenplan entwickelt, um die Lebensmittelverschwendung in unserem Verantwortungsbereich und an unseren Schnittstellen wesentlich zu verringern.

1.1 HINTERGRUND



„Ein verantwortungsvoller Umgang mit Lebensmitteln ist fest in unserer Unternehmensphilosophie als Grundversorger verankert. Für uns bei ALDI SÜD ist dies nicht nur eine ethische Verpflichtung, sondern auch betriebswirtschaftlich sinnvoll. Nachhaltigkeit und Effizienz gehen bei uns Hand in Hand, um Lebensmittelverschwendung konsequent zu minimieren.“

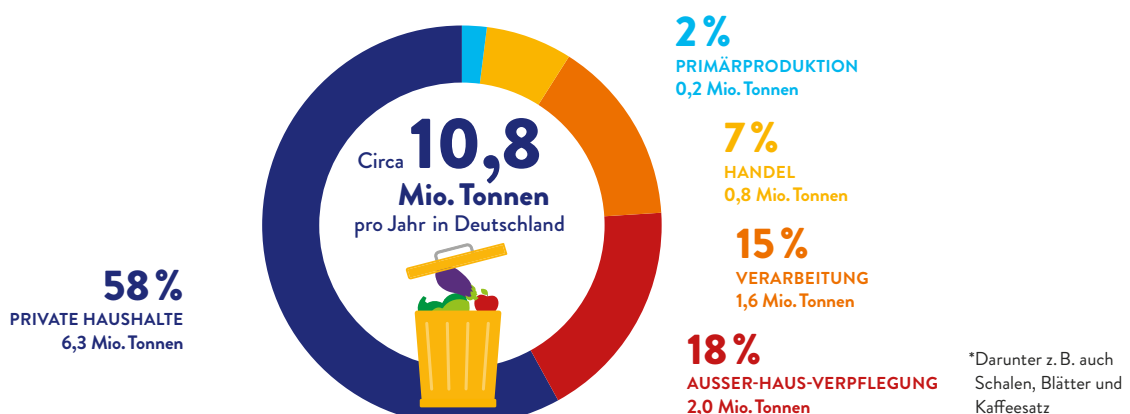
Maximilian Vogt, Director Sustainability bei ALDI SÜD

Unser Ziel ist es, nachhaltiges Einkaufen für alle leistbar zu machen. Wir verstehen es als unsere Aufgabe, nicht nur gegenüber Mitarbeiter:innen und Geschäftspartner:innen, sondern auch im gesellschaftlichen Kontext Verantwortung zu übernehmen – insbesondere dort, wo wir als Lebensmitteleinzelhändler unseren Beitrag leisten können: bei der Reduzierung von Food Waste. So haben wir im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie ([Global Sustainability Strategy](#)) ein Maßnahmenpaket zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung entwickelt, das auf interdisziplinärer Zusammenarbeit basiert. In die Entwicklung unserer Food Waste-Strategie wurden alle relevanten, internen und externen Beteiligten eingebunden – vom Einkauf bis zur Logistik, von Ministerien über NGOs bis zu unseren Kund:innen. Mit unserem Engagement wollen wir nicht nur Verluste minimieren, sondern auch ein neues Bewusstsein für den Wert von Lebensmitteln schaffen. Denn wir sind überzeugt: Die Zusammenarbeit aller beteiligten Stakeholder ist essentiell, um Lebensmittelabfälle vom Feld bis zu den Kund:innen zu reduzieren.

Lebensmittelabfälle als gesellschaftliche Herausforderung

In Deutschland landen derzeit jährlich ca. 10,8 Mio. Tonnen Lebensmittel im Abfall¹, was einer Ladung von 432.000 Lastwagen entspricht. Dabei handelt es sich um verzehrfähige Lebensmittel sowie um nicht essbare Bestandteile wie z. B. Schalen und Knochen. Davon fallen 2 % in der Primärproduktion, 15 % in der Verarbeitung, 7 % im Handel und 58 % in den privaten Haushalten an. Letzteres entspricht einer Abfallmenge von 74,5 Kilogramm pro Verbraucher:in und Jahr.

WER WIRFT WIE VIELE LEBENSMITTEL* WEG?



Quelle: [BMELH – Lebensmittelverschwendung – Lebensmittelabfälle in Deutschland: Aktuelle Zahlen zur Höhe der Lebensmittelabfälle nach Sektoren](#)

¹ <https://www.bmleh.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/studie-lebensmittelabfaelle-deutschland.html>

Auch wenn der Handel in Deutschland nur 7% des Food Waste verursacht, ist die Menge von 810.000 Tonnen pro Jahr dennoch nicht zu vernachlässigen. Wir bei ALDI SÜD sind der Überzeugung, dass wir durch Maßnahmen an den Schnittstellen zu Lieferant:innen, Kund:innen und Kooperationspartner:innen einen wichtigen Beitrag zur Reduktion von Lebensmittelabfällen entlang der Lebensmittelversorgungskette leisten können. Gleichzeitig optimieren wir interne Abläufe, um Food Waste im Handel weiter zu reduzieren.

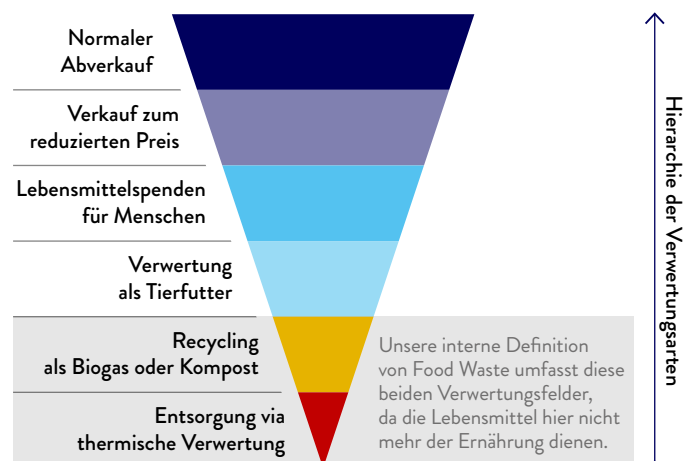
ALDI SÜD hat schon früh die Problematik von Food Waste erkannt: Bereits 1999 begann eine der ersten **Kooperationen** einzelner Filialen mit lokalen Tafeln, um Lebensmittel, die nicht mehr verkaufsfähig, aber noch verzehrfähig sind, zu spenden und armutsbetroffenen Menschen zu helfen. Ab 2015 bauten wir unser Engagement breitflächig aus und brachten uns in die gesellschaftliche Diskussion ein. Gemeinsam mit Stakeholdern aus der **europäischen und nationalen Politik** sowie NGOs rückten wir die Lebensmittelrettung stärker in den Fokus. Wir haben **strukturelle Maßnahmen** ergriffen, um Lebensmittelverluste in unserem Einflussbereich zu minimieren, wie z.B. die Optimierung der Kühlkette oder die gezielte Reduzierung von Waren mit knapper Haltbarkeit. Dafür arbeiten wir mit Lieferant:innen ebenso zusammen wie mit unseren **Kund:innen**. Seit über fünf Jahren können wir auf ein vielfältiges Maßnahmenpaket verweisen, das nicht zuletzt durch die Unterzeichnung des **Pakts gegen Lebensmittelverschwendung** 2023 eine klare Zielsetzung hat.

Relevanz von Food Waste für unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Die Produktion von Lebensmitteln verbraucht Ressourcen wie z. B. Energie und Wasser sowie Rohstoffe in der gesamten Kette vom Anbau bis zum Handel. Für die Produktion der in Deutschland verzehrten Lebensmittel wird mit jährlich insgesamt 38,5 Mio. Hektar² mehr als doppelt so viel landwirtschaftliche Nutzfläche benötigt, als Deutschland zur Verfügung hat. Die landwirtschaftliche Nutzfläche hierzulande beträgt nur etwa 16,6 Mio. Hektar.³ Daher ist in diesem Kontext auch von „virtuellem Landverbrauch“ die Rede. Der Begriff beschreibt die Menge an Land, die über die Grenzen Deutschlands hinaus nötig ist, um unsere Nahrungsproduktion zu gewährleisten. Laut Angaben des Umweltbundesamtes (UBA) ist die Lebensmittelverschwendung in Deutschland für jährlich etwa 4 % der nationalen Treibhausgasemissionen verantwortlich. Weltweit verursachen Lebensmittelverluste Treibhausgasemissionen in Höhe von mehr als drei Gigatonnen. Würde man Food Waste als eigenes Land betrachten, wäre es der drittgrößte Emittent von Treibhausgasen nach den USA und China.⁴

1.2 ZIELSETZUNG

Unsere höchste Priorität ist es, Food Waste zu vermeiden. Wir reduzieren Food Waste innerhalb unserer Wertschöpfungskette und an unseren Schnittstellen zu Lieferant:innen, Kund:innen und unseren Kooperationspartner:innen sowie den internen Prozessen durch eine Vielzahl von Maßnahmen (mehr dazu unter **2 Maßnahmen**). Die im Handel erhältlichen Lebensmittel, die häufig unter hohem Ressourcenaufwand produziert werden, sollen der Ernährung dienen. Die nebenstehende Abbildung verdeutlicht die diesbezügliche Verwertungshierarchie bzw. -priorisierung, die wir für ALDI SÜD festgelegt haben und die am Kreislaufwirtschaftsgesetz angelehnt ist.



Unser vorrangiges Anliegen ist es, Lebensmittel in unseren Filialen regulär an unsere Kund:innen zu verkaufen. Dabei streben wir eine Vermeidung von Übermengen an, wofür wir unter anderem eine nachfrageorientierte Planung nutzen. Sollten dennoch welche anfallen, führen wir sie einem möglichst hochwertigen Zweck zu. Dazu zählen insbesondere der Verkauf zu reduzierten Preisen und die Spende an Organisationen wie die Tafel oder foodsharing. Sollten Lebensmittel nicht mehr zum Verzehr geeignet sein, werden sie bei ALDI SÜD möglichst hochwertig verwertet. Dabei wird ein Großteil davon zu Biogas verarbeitet.

2 Quelle: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/10/PD24_403_412.html

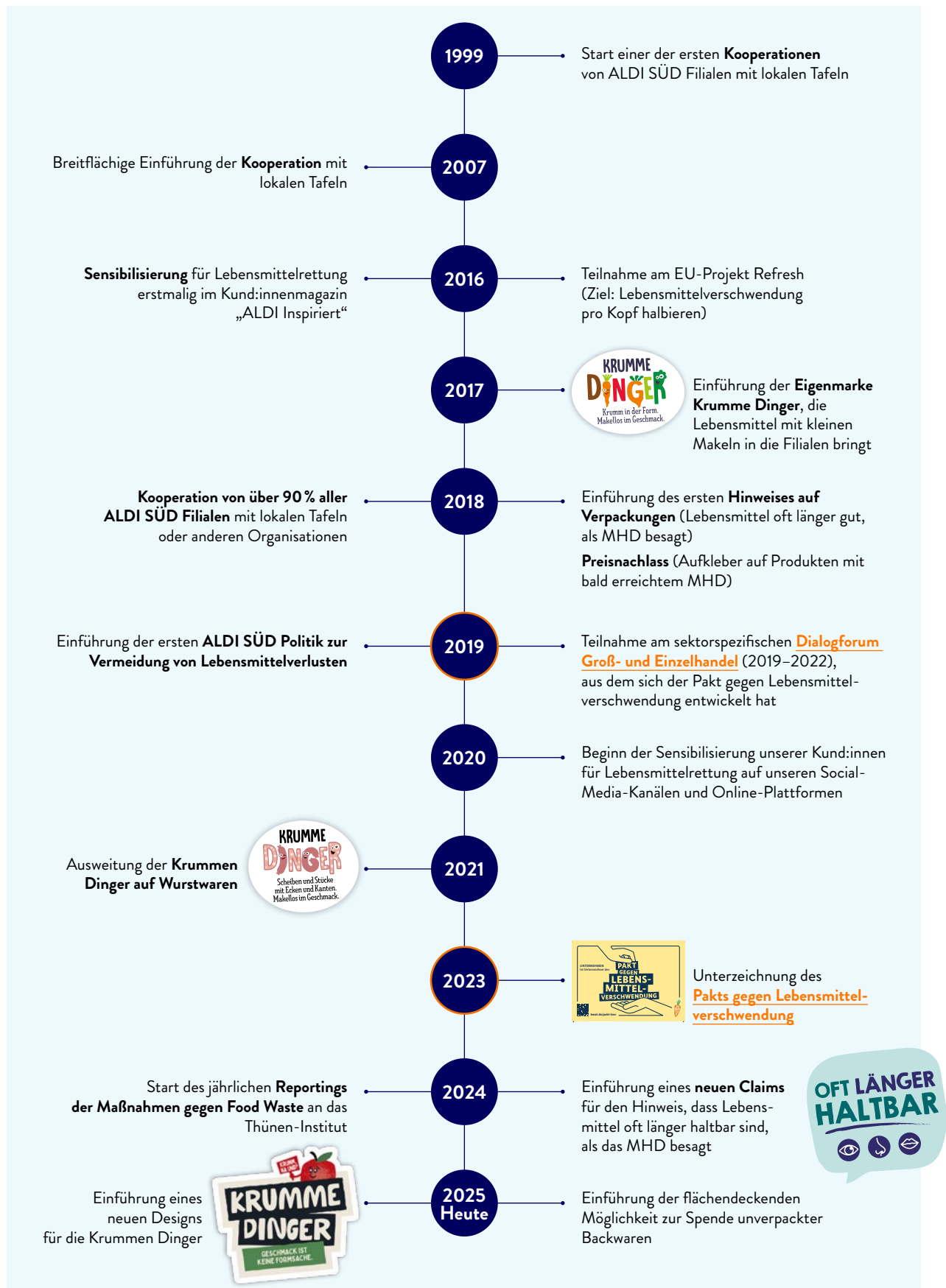
3 Quelle: <https://www.bmel-statistik.de/landwirtschaft/bodennutzung-und-pflanzliche-erzeugung/allgemeines-zur-bodennutzung?>

4 Quelle: <https://www.umweltbundesamt.de/presse/pressemitteilungen/lebensmittelabfaelle-verursachen-4-prozent-der?>



FOOD WASTE BEI ALDI SÜD

Bereits seit mehr als 25 Jahren beschäftigen wir uns zunehmend mit der Vermeidung von Food Waste. Der folgende Zeitstrahl bietet einen Überblick:





PAKT GEGEN LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

Wir bei ALDI SÜD sind der Überzeugung, dass die deutliche Verringerung von Food Waste nur durch Synergien von Wirtschaft, Politik, Landwirt:innen und Verbraucher:innen realisierbar ist. Deshalb hat ALDI SÜD 2023 den durch das Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) initiierten [Pakt gegen Lebensmittelverschwendung](#) unterschrieben. Durch unsere Unterschrift verpflichten wir uns zu folgenden Maßnahmen:

PFLICHTMASSNAHMEN

 Reduzierung der Lebensmittelabfälle um 30 % bis 2025 und 50 % bis 2030 (Basisjahr 2019)	 Ausbau der Weitergabe von nicht mehr verkaufsfähigen, aber noch verzehrfähigen Lebensmitteln	 Handeln nach dem Kreislaufwirtschaftsgesetz	 Verantwortungsvoller Umgang mit Retouren	 Schulung des für den Waren-umgang relevanten Personals
--	---	--	---	---

WAHLPFLICHTMASSNAHMEN

Vermarktung von Obst und Gemüse mit Schönheitsfehlern	Saisonales Angebot (Obst und Gemüse)	Dialog mit Lieferant:innen	Optimierung der Logistik- und Kühlkette
Optimierter Abverkauf von Waren mit knappem MHD und VD	Digitale Hilfsmittel zur Verbesserung des Abverkaufs	Verkauf von Obst und Gemüse nach Gewicht statt Stückpreis	Nachfrageorientiertes Auffüllen bei Frischware
Vermarktung von gekühlten Wurstwaren mit Schönheitsfehlern	Sensibilisierungsmaßnahmen an Produkten	Initiativen/Kommunikations-/Sensibilisierungsmaßnahmen	Kommunikationskonzept zur Sensibilisierung von Endverbraucher:innen
Verbesserung der Information über weitergegebene Produkte			

Mehr Informationen:

→ [ALDI SÜD Formblatt zum Pakt gegen Lebensmittelverschwendung](#)



2 MASSNAHMEN

Unsere Strategie gegen Food Waste mit dem Pakt Lebensmittelverschwendung verfolgt vielfältige Ansatzpunkte. Sie umfasst Maßnahmen an der Schnittstelle zu unseren Lieferant:innen ebenso wie Abläufe innerhalb von ALDI SÜD sowie Maßnahmen an der Schnittstelle zu unseren Kund:innen und Kooperationspartner:innen.

Mehr Informationen:

- [ALDI SÜD Nachhaltigkeitswebsite](#)
- [Factsheet Food Waste](#)
- [Infografik Food Waste](#)

2.1 MASSNAHMEN AN DER SCHNITTSTELLE ZU LIEFERANT:INNEN

Ein zentrales Element unserer Food Waste-Strategie ist die Zusammenarbeit mit unseren Lieferant:innen. Mit ihnen stehen wir in ständigem Austausch, um Optimierungsmöglichkeiten in Bezug auf Lebensmittelverschwendung entlang der Lieferkette zu identifizieren. Dabei verfolgen wir mehrere Ansätze.

Ganzheitliche Abnahmekonzepte

Gemeinsam mit unseren Obst- und Gemüse-Lieferant:innen arbeiten wir an ganzheitlichen Abnahmekonzepten und passen unsere Produkthanforderungen flexibel an die Marktsituationen (z. B. durch Schlechtwetterereignisse) an.

Produktangebot unter der Eigenmarke Krumme Dinger

Mit unserer [Eigenmarke Krumme Dinger](#) bringen wir Lebensmittel in den Handel, die sonst wegen geringfügiger optischer Mängel aussortiert werden würden. Diese Lebensmittel würden zu einem anderen Lebensmittel weiterverarbeitet oder im schlimmsten Fall zu Food Waste werden. Sie sind jedoch qualitativ und geschmacklich einwandfrei. Deshalb streben wir eine möglichst hochwertige Verwertungsart an, was in diesem Fall die unverarbeitete Vermarktung ist. Gleichzeitig wird damit für unsere Lieferant:innen eine zusätzliche Absatzmöglichkeit geschaffen. Das Angebot variiert saisonal und regional. Bislang konnten wir u. a. folgende Artikel als Krumme Dinger in den Handel bringen:

- Seit 2017 Obst und Gemüse der Handelsklasse II, die meist aufgrund von äußerlichen Mängeln in dieser Handelsklasse angeboten werden, z. B. Äpfel, Bio-Äpfel, Wetteräpfel, Kaki, Spargel, Pilze und Zitronen.
- Seit 2021 gekühlte Wurstwaren, z. B. Rohschinken, Salami und Wiener.



Moderne Logistik

Durch eine ausgefeilte Logistik mit möglichst kurzen Transportwegen sowie eine optimierte Kühlkette reduzieren wir Food Waste. Wir beliefern unsere Filialen täglich frisch, wenn möglich mit saisonalem Obst und Gemüse aus der Region.

ALDI SÜD nutzt das intelligente Logistikkonzept der Frischeplattformen, um die Prozesse in der Obst- und Gemüse-logistik zu optimieren. Es zielt darauf ab, alle Dienstleistungen vom Warenimport über die Sortierung, Disposition und Qualitätskontrolle bis zur Auslieferung an die Regionalgesellschaften zu bündeln. So verkürzt ALDI SÜD die Lieferkette, gestaltet die Logistik effizienter und kann noch mehr Frische und Qualität von Obst und Gemüse anbieten.

2.2 PROZESSINTERNE MASSNAHMEN

Neben den Maßnahmen an den Schnittstellen zu unseren Lieferant:innen optimieren wir fortwährend interne Abläufe, um Food Waste zu verringern. Dabei nutzen wir sowohl technische Innovationen als auch betriebswirtschaftliche Möglichkeiten.

IT-gestützte, nachfrageorientierte Planung

Um einen optimalen Warenbestand in den Filialen zu gewährleisten, passen wir die Mengen unserer frisch gebackenen Sortimente in der BACKWELT kontinuierlich IT-gestützt an die Kund:innenbedürfnisse vor Ort an. So stellen wir täglich sicher, dass in unseren Filialen genügend Produkte vorhanden sind, um die Nachfrage der Kund:innen zu bedienen und vermeiden gleichzeitig Überbestände und damit Food Waste.

Optimierung der Kühlkette

ALDI SÜD kühlt ausgesuchte Obst- und Gemüsesorten, sodass diese Produkte länger haltbar sind. Zusätzlich wurden in Bestandsmöbeln und Neuanschaffungen im Frischfleisch-Bereich, sowie bei Neuanschaffungen von Kälteanlagen im Normalkühl-Bereich die Kühlregalstrecken mit Türen ausgestattet.

MHD-Kontrolle

IT-gestützte Kontrollen des Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD) und des Verbrauchsdatums (VD) ermöglichen es, die Warenwälzung in den Filialen und der Logistik zu optimieren.

Reduzierung von Waren mit knapper Haltbarkeit

Wir konnten den Abverkauf von Artikeln kurz vor Erreichen des MHD in den vergangenen Jahren wesentlich optimieren. Diese Lebensmittel werden im Verkaufspreis reduziert. Das wird z. B. durch einen „-30 %“-Sticker gekennzeichnet, um diese Artikel stärker in den Fokus der Kund:innen zu rücken. Das Hauptaugenmerk legen wir auf den Abverkauf von Aktionsartikeln kurz vor Ablauf des MHDs.

2.3 MASSNAHMEN AN DER SCHNITTSTELLE ZU KUND:INNEN

Unser Ziel ist es nicht nur, bei unseren Lieferant:innen und in unseren eigenen Prozessen Food Waste auf ein Minimum zu reduzieren. Wir sind auch bestrebt, unsere Kund:innen für das Thema zu sensibilisieren und zu ermuntern, Lebensmittel zu retten.

ALDI SÜD MHD-Claim

Eines unserer wichtigsten Instrumente ist dabei ein auffälliger Hinweis auf der Verpackung. Er besagt, dass Lebensmittel oft länger haltbar sind, als das MHD angibt. ALDI SÜD hat 2018 als erster Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland einen MHD-Claim eingeführt. Ende 2024 wurde dieser Claim aktualisiert.



Der Claim soll Kund:innen darauf hinweisen, dass das MHD kein Wegwerfdatum ist, sondern nur den Zeitpunkt angibt, bis zu dem ein Lebensmittel unter angemessenen Aufbewahrungsbedingungen seine spezifischen Eigenschaften (z. B. Geschmack, Farbe und Konsistenz) mit Sicherheit behält. Lebensmittel sind jedoch oft noch viel länger einwandfrei genießbar. Deshalb raten wir unseren Kund:innen, das Lebensmittel erst durch Ansehen, Riechen und Schmecken zu testen, bevor sie es entsorgen.



Kommunikation auf den ALDI SÜD Kanälen

ALDI SÜD nutzt verschiedene Kommunikationskanäle, um das Bewusstsein für das Thema Food Waste zu schärfen und erleichtert es Kund:innen, durch einfache Alltagstipps, Lebensmittel zu retten.

- Auf der [ALDI SÜD Nachhaltigkeits-Webseite](#) stellen wir umfassende Tipps zur Vermeidung von Food Waste bereit.
- Haushaltstipps rund um die Mahlzeitenplanung und effektive Vermeidung von Lebensmittelverschwendung sind für unsere Kund:innen in den [Online-Tipps und Trends](#) verfügbar.
- Regelmäßig greifen wir das Thema Lebensmittelrettung auch im [ALDI SÜD Handzettel](#) auf, um breite Zielgruppen zu erreichen.
- Über unseren YouTube-Kanal klären wir mit Video-Beiträgen, wie z.B. unserem Format „Fair gefragt by ALDI SÜD“ auf, wie wir gemeinsam Lebensmittel retten können.
- Auf [Instagram](#) veröffentlichen wir regelmäßig Videos zum Thema, wie bspw. Zero Food Waste-Rezepte, die zur wertschätzenden Nutzung von Lebensmitteln anregen.
- Über unsere Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung informieren wir regelmäßig auf dem ALDI SÜD [LinkedIn-Kanal](#).
- Wir informieren regelmäßig auf den Bildschirmen und Plakaten in unseren Filialen über das Thema Lebensmittelverschwendung, wie z. B. den MHD-Claim oder die Krummen Dinger.

Beteiligung an Aktionswochen

An jährlichen Aktionswochen gegen Food Waste beteiligen wir uns seit vielen Jahren. Konkret unterstützen wir die Aktionswochen der beiden Initiatoren [BMLEH: Zu gut für die Tonne!](#) und dem Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg: [Lebensmittelretter – neue Helden braucht das Land](#) durch begleitende Infos.

GemüseAckerdemie

ALDI SÜD fördert bereits seit 2016 das Sozialunternehmen Acker e.V. und dessen Bildungsprogramm [GemüseAckerdemie](#). Die GemüseAckerdemie schafft einzigartige Erlebnisse rund um Natur und Lebensmittel. Unter fachkundiger Anleitung bewirtschaften Kinder und Jugendliche direkt an ihrer Schule eigene Gemüsebeete – und lernen so die Wertschätzung für Natur und Lebensmittel im Schulalltag. 2024 haben wir unsere Zusammenarbeit intensiviert und uns für eine Hauptpartnerschaft der GemüseAckerdemie entschieden.

2.4 MASSNAHMEN AN DER SCHNITTSTELLE ZU KOOPERATIONSPARTNER:INNEN

Unser Kooperationsfokus liegt auf gemeinnützigen Lebensmittelspenden.

- Über 98 % der ALDI SÜD Filialen haben eine Kooperation zur Spende nicht mehr verkaufsfähiger, aber noch verzehrfähiger Lebensmittel zum menschlichen Verzehr (Bezugsjahr 2024).

Dafür kooperieren wir mit wohltätigen Organisationen wie der Tafel, mit der wir breitflächig seit 2007 zusammenarbeiten und die unser größter Spendenpartner ist, sowie der Initiative foodsharing, unserem zweitgrößten Spendenpartner. Darüber hinaus gibt es viele kleinere regionale Spendenpartner:innen, z. B. Obdachlosenhilfe und Suppenküchen. Ein großer Teil unserer Filialen kooperiert mit mehreren Partner:innen, um Lebensmittelabfälle zu minimieren.

Mehr Informationen:

→ [Lebensmittel spenden – Initiativen unterstützen | ALDI SÜD](#)



3 VERANTWORTLICHKEITEN & ANWENDUNGSBEREICH

Die Verantwortung der Implementierung der Food Waste Politik liegt bei der Geschäftsführung. Diese wird regelmäßig über den aktuellen Stand bei Zielerreichung und Umsetzung der Maßnahmen informiert. Die operative Umsetzung der Ziele und Maßnahmen wird durch das in der Abteilung National Sustainability verankerte Food Waste-Team gesteuert und in Zusammenarbeit mit verschiedenen Fachteams (u. a. Einkauf, Qualitätswesen, Logistik) sowie Lieferant:innen und Kooperationspartner:innen realisiert.

Die Food Waste Politik bezieht sich auf ALDI SÜD Deutschland und gilt für alle zugehörigen Filialen, Logistikzentren sowie die Dienstleistungs-SE & Co oHG. Die Maßnahmen im Rahmen dieser Politik erstrecken sich darüber hinaus auf vorgelagerte (Lieferant:innen) sowie nachgelagerte Lieferketten (Kund:innen, Kooperationspartner:innen).

Die vorliegende Politik unterliegt einem jährlichen Aktualisierungszyklus im Zuge der Berichterstattung an das Thünen-Institut (im Rahmen des Paktes gegen Lebensmittelverschwendung).

Kontakt

Kontaktieren Sie für mehr Informationen rund um unser Engagement gegen Food Waste:
info@aldi-sued.de



Gutes für alle.

Herausgeber:

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. OHG
Unternehmensgruppe ALDI SÜD
Burgstraße 37
45476 Mülheim an der Ruhr