



GEGEN LEBENSMITTEL- VERSCHWENDUNG

Entlang der Wertschöpfungskette werden in Deutschland jedes Jahr rund 11 Millionen Tonnen Lebensmittel entsorgt. Auch wenn im Groß- und Einzelhandel nur 7 Prozent der Gesamtmenge anfällt*, haben wir als verantwortungsvoll und nachhaltig handelndes Unternehmen eine Vielzahl von Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung entwickelt.

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



[aldi-sued.de/
heute-fuer-morgen](https://aldi-sued.de/heute-fuer-morgen)

PLANUNG UND LOGISTIK



Unsere genaue Planung und täglichen, nachfrageabhängigen Bestellungen **verringern Lebensmittelverluste** ebenso effektiv wie unser **regionales** Obst & Gemüseangebot und eine Logistik, die auf möglichst **kurze Transportwege** setzt.

KUNDENVORTEIL



Um bedarfsgerechte Einkaufsmöglichkeiten zu schaffen und mehr loses Obst & Gemüse anzubieten, sollen bis Ende 2025 **40 Prozent unserer Obst- und Gemüseartikel unverpackt** angeboten werden. Zudem reduzieren wir bei nahezu allen Produkten, deren **Mindesthaltbarkeitsdatum** näher rückt, den Preis um bis zu 30 Prozent.

SPENDEN



Bereits heute spenden die allermeisten unserer Filialen an die **Tafeln**. Diese Form der sozialen **Lebensmittelrettung** ist uns so wichtig, dass zukünftig **100 Prozent** unserer Filialen Lebensmittel spenden sollen. Nicht mehr verzehrfähige Lebensmittel können als Futtermittel an **Tierheime** oder **Landwirte** abgegeben werden.

PRODUKTPALETTE



Ob Äpfel oder saisonal Karotten, Zwiebeln oder Kaki: Unsere Marke „**Krumme Dinger**“ bringt Lebensmittel in den Handel, die aufgrund von Schönheitsfehlern schon in der Landwirtschaft aussortiert werden würden.

Seit 2021 sind auch Wurstwaren dabei.**

**regionale Verfügbarkeit

KUNDENTIPPS



Wir sensibilisieren direkt auf unseren Produkten sowie online und in unserem Kundenmagazin für die Lebensmittelwertschätzung. Unser Erklär-Hinweis zum Mindesthaltbarkeitsdatum „**Riech mich! Probier mich! Ich bin häufig länger gut!**“, den wir auf unserer Frischmilch und verschiedenen Käsesorten schon 2018 eingeführt haben, soll unsere Kundinnen und Kunden dazu ermutigen, die Genussstauglichkeit der Produkte vor der Entsorgung zu überprüfen.

ZIELSETZUNG



Wir unterstützen das **UN-Ziel**, bis 2030 die **Lebensmittelverschwendung** in Deutschland pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene zu **halbieren**. Das haben wir durch unsere Beteiligungserklärung am Dialogforum Groß- und Einzelhandel bekräftigt.