



# GEGEN LEBENSMITTEL- VERSCHWENDUNG

Entlang der Wertschöpfungskette werden in Deutschland jedes Jahr rund 12 Millionen Tonnen Lebensmittel entsorgt\*. Auch wenn im Groß- und Einzelhandel nur 4 Prozent der Gesamtmenge anfällt, haben wir als verantwortungsvoll und nachhaltig handelndes Unternehmen eine Vielzahl von Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung entwickelt.

\*Quelle: Lebensmittel: Zwischen Wertschätzung und Verschwendung | Verbraucherzentrale.de



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 Genussstauigkeit 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.