

Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung



Hintergrund

Zwölf Millionen Tonnen Lebensmittel landen in Deutschland jedes Jahr im Müll. Davon entfallen elf Prozent auf die Landwirtschaft, 17 Prozent auf die Verarbeitung und 13 Prozent auf die Gastronomie, während der Handel vier Prozent und private Haushalte mehr als die Hälfte davon ausmachen. Pro Kopf sind das ca. 85kg.¹ Zahlen, die es zu reduzieren gilt. Deshalb hatte die letzte Bundesregierung (2017-2021) die Nationale Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung beschlossen. Den von den Vereinten Nationen verabschiedeten Zielen für Nachhaltige Entwicklungen (SDG) folgend, soll bis 2030 in Deutschland die Lebensmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbiert und die entlang der Produktions- und Lieferketten entstehenden Lebensmittelabfälle reduziert werden. Das derzeit laufende Dialogforum Groß- und Einzelhandel, dem auch die REWE Group angehört, ist Teil dieser Strategie und wird seinen Schlussbericht in der zweiten Jahreshälfte 2022 vorlegen. Auch die Ampelregierung hat in ihrem Koalitionsvertrag die verbindliche branchenspezifische Reduzierung von Lebensmittelverschwendung als Ziel definiert und erklärt, haftungsrechtliche Fragen klären zu wollen und steuerrechtliche Erleichterungen für Spenden zu ermöglichen.

REWE und PENNY engagieren sich bereits seit Jahren intensiv gegen Foodwaste, denn Lebensmittel wegzwerfen, widerspricht den sozialen, ökologischen und ökonomischen Überzeugungen der REWE Group. Dabei sind die Maßnahmen sehr vielfältig.

¹ Thünen-Institut, Analyse der Situation in Deutschland 2015, [Thünen-Institut: Lebensmittelverschwendung stärker ins Bewusstsein rücken \(thuenen.de\)](https://www.thuenen.de/de/aktuelles/pressenotizen/2015/lebensmittelverschwendung-staerker-ins-bewusstsein-ruecken)



Unser Ansatz

Dank modernster Prognosesysteme und einer hoch optimierten Logistik verkaufen PENNY wie REWE im Jahresdurchschnitt 98 Prozent der angebotenen Lebensmittel. Waren, die trotz aller Bemühungen nicht verkauft werden, werden überwiegend und kostenlos an die bundesweit über 950 lokalen Tafeln abgegeben. Zusätzlich kooperiert eine steigende Anzahl an Märkten mit Organisationen wie Foodsharing. Dies gilt für Märkte, die nicht oder nicht oft genug von der Tafel angefahren werden können. Im Gegensatz zu Ländern wie Frankreich gleicht es in Deutschland also bereits einer Selbstverständlichkeit, dass der Lebensmitteleinzelhandel Ware auf freiwilliger Basis an soziale Einrichtungen abgibt. Zudem ist die Ausgangslage eine andere: Der deutsche Handel produziert bereits eine viel geringere Abfallmenge als beispielsweise der französische. Nach unserer Auffassung gibt es deshalb **keine Notwendigkeit für ein Gesetz, das eine verpflichtende Abgabe von unverkauften Lebensmitteln vorsieht. Ein solches würde zu einer Überregulierung und bürokratischem Mehraufwand führen, die das Spenden von Lebensmittel unnötig erschweren.**

Vielmehr müssen karitative Einrichtungen, wie z.B. die Tafeln verlässlich und kontinuierlich von Bund und Ländern unterstützt werden. Mit der Beitrittserklärung zum Dialogforum haben wir uns verpflichtet, die bereits hohe Anzahl der Märkte, die mit Einrichtungen kooperieren, kontinuierlich weiter auszubauen. Hier stoßen wir aber zunehmend an Grenzen, da es nicht überall genug abnehmende Organisationen gibt. Nötig ist daher ein Auf- und Ausbau einer belastbaren Tafel-Logistik sowie eine Koordination der regionalen Verteilung insbesondere im ländlichen Raum. Dort wo bisher keine Tafeln existieren, sollte die Entstehung von Strukturen gefördert sowie anderer Kooperationen unbürokratisch ermöglicht werden. Generell muss der Aufwand für Empfänger und Spender so bürokratiearm und gleichermaßen sicher wie möglich sein. An dieser Stelle gilt es auch die Digitalisierung der Tafeln zu unterstützen. Das Projekt zur Entwicklung der „eco-Plattform“, welche vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft gefördert wird, geht genau diesen Punkt an. So wird seit 2019 mit Pilot-Tafeln getestet, wie die Schnittstelle der Lebensmittelabgabe von den Spenden an die Tafeln digitalisiert werden kann. Der erste Projektschritt – die Digitalisierung des Lieferscheins – wurde erfolgreich abgeschlossen und muss nun möglichst zügig deutschlandweit auf alle Tafeln ausgerollt werden.

Darüber hinaus **müssen insbesondere haftungsrechtliche Fragen zeitnah geklärt und Rechtsicherheit geschaffen werden.** Dafür bedarf es nicht zuletzt einer klaren und national einheitlich akzeptierten Richtlinie, welche Lebensmittel abgegeben werden dürfen und welche nicht. Gleichzeitig muss es nachvollziehbar sein, welche Anforderungen eine abholende Organisation erfüllen muss. Insbesondere bei klei-

nen unabhängigen Organisationen besteht häufig handelsseitig ein Risiko, dass die Einhaltung lebensmittelrechtlicher Vorgaben nicht überprüft werden kann. Daher wünschen wir uns die Definition von klaren Mindestanforderungen, die abnehmende Organisationen zu erfüllen haben. Hierzu zählen beispielsweise das Vorhandensein von Hygienekonzepten sowie die Möglichkeit, Kühlketten verlässlich einzuhalten. Die 2021 umgesetzten Überarbeitungen des „Leitfaden für die Weitergabe von Lebensmitteln an soziale Einrichtungen“ sind hierbei zwar bereits hilfreich, müssen aber weiter konkretisiert werden, um einen reibungslosen Ablauf in der Praxis und die Kooperation mit einer größeren Anzahl an Organisationen zu ermöglichen. Um Lebensmittelspenden möglichst einfach zu gestalten, wäre zudem ein Haftungsausschluss für den Inverkehrbringer bzw. Spender von Lebensmitteln zu diskutieren – natürlich nur für die Abgabe an karitative Organisationen und Einrichtungen, wenn dort, trotz entsprechender gesetzlicher Verpflichtung, lebensmittelrechtliche oder hygienerechtliche Vorgaben nicht vollständig umgesetzt und/oder eingehalten werden.

Als zentralen Anknüpfungspunkt zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen sehen wir zudem die Verbraucher. Hier muss das Problembewusstsein geschärft und für Verständnis geworben werden. So sollten die Vorteile aufgezeigt werden, die ein bewusster Umgang mit Lebensmitteln mit sich bringt: Kund:innen schonen so sowohl die Umwelt als auch ihren Geldbeutel. Genau hier setzt seit 2019 die gemeinsame Kampagne „**Kostbares retten**“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft und PENNY an, indem sie das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) in den Fokus rückt. Denn anders als beim Verbrauchsdatum können Lebensmittel nach dem Erreichen des MHDs oftmals noch verzehrt werden. Die Verbraucher:innen sollen wieder verstärkt ihren Sinnen vertrauen. Um entsprechend zu sensibilisieren, werden dauerhaft auf vielen Produkten die Hinweise „**Riechen. Probieren. Genießen.**“ in der Nähe des MHDs aufgebracht.

Zusätzlich vertreibt PENNY seit 2016 Bio-Obst und -Gemüse, das lediglich äußerliche Makel wie Schalenfehler hat oder auch bloß zu klein ist, unter der Eigenmarke „**Naturgut Bio-Helden**“. Gemeinsam mit Landwirten sorgt der Discounter so für mehr Wertschätzung von Lebensmitteln, denn es können mehr Lebensmittel vermarktet werden. Das Angebot wächst: So ist seit der Einführung ist Anzahl der Bio-Helden von ursprünglich 13 auf mittlerweile saison- und ernteabhängig bis zu 37 gestiegen.

Lebensmittelverschwendung durch sog. "Containern" - also der illegalen Entnahme von weggeworfenen Lebensmitteln aus Containern der Händler - entgegenzuwirken, sieht die REWE Group kritisch, da dies gesundheitliche Risiken birgt. Für externe Personen ist es nicht ersichtlich, warum die Lebensmittel im Container entsorgt wurden. Es kann sich um verdorbene Ware handeln, auch ohne sichtbare Anzeichen oder um Artikel aus Rückrufen. Diese Lebensmittel dürfen nicht gespendet werden und müssen aufgrund gesetzlicher Vorgaben entsorgt werden.

Was aus unserer Sicht zu tun ist

- Wir sehen **keine Notwendigkeit für eine verpflichtende Abgabe** von unverkauften Lebensmitteln. Ein Gesetz würde das Spenden durch bürokratischen Mehraufwand unnötig erschweren. Darüber hinaus wäre eine Umsetzung mit der aktuellen Zahl an abnehmenden Einrichtungen kaum möglich.
- Eine **kontinuierliche Unterstützung karitativer Einrichtungen** durch Bund und Länder muss **sichergestellt werden**. Nur durch eine funktionierende Infrastruktur in Stadt und Land ist es möglich, Lebensmittel in einem guten Zustand zu spenden.
- Wir fordern, dass das **öffentliche Bewusstsein für das Thema Lebensmittelverschwendung weiter geschärft wird**, damit die Lebensmittelverschwendung bei den Konsumenten zurückgeht.
- Die Praxis des sog. "**Containers**" lehnen wir mit Blick auf erhebliche Gesundheitsgefahren ab.

Ihre Public Affairs-Ansprechpartnerin zu diesem Thema

Stephanie Aschenbrenner
Manager Public Affairs

+49 151 55 12 1068

Über die REWE Group

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2020 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 75 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 380.000 Beschäftigten in 21 europäischen Ländern präsent.

Zu den Vertriebslinien zählen Super- und Verbrauchermärkte der Marken REWE, REWE CENTER sowie BILLA, BILLA PLUS und ADEG, der Discounter PENNY, IKI, die Drogeriemärkte BIPA sowie die Baumärkte von toom. Hinzu kommen die Convenience-Märkte REWE To Go und die E-Commerce-Aktivitäten REWE Lieferservice und Zooroyal. Die Lekkerland Gruppe umfasst die Großhandels-Aktivitäten der Unternehmensgruppe im Bereich der unterwegsversorgung. Zur Touristik gehören unter dem Dach der DER Touristik Group u. a. die Veranstalter DERTOUR, Jahn Reisen, ITS, Meiers Weltreisen, Travelix, Kuoni, Helvetic Tours, ITS Coop Travel, Billa Reisen, Koning Aap, Apollo, Exim Tours und Fischer, über 2.300 Reisebüros (u.a. DERTOUR, DERPART, Kuoni, Exim, Fischer sowie Franchise- und Kooperationspartner), die Hotelmarken Sentido, Aldiana, Calimera und Cooee sowie das Online-Reiseportal Prijsvrij Vakanties.