

# Unsere Position zur Reduzierung von Lebensmittelverlusten

Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG • Stand 01.07.2024



AUF DEM WEG NACH MORGEN



# Inhalt

<b>Unsere Verantwortung für Lebensmittelrettung</b>	<b>2</b>
Unser CSR-Selbstverständnis	3
<b>Hintergründe und unser Ansatz</b>	<b>5</b>
Hintergründe zur Lebensmittelverschwendung	6
Unser Ansatz zur Reduzierung von Lebensmittelverlusten	8
<b>Dialog führen</b>	<b>14</b>
<b>Quellen &amp; Verlinkungen</b>	<b>16</b>

# Unsere **Verantwortung** für Lebensmittelrettung



## Unser CSR-Selbstverständnis

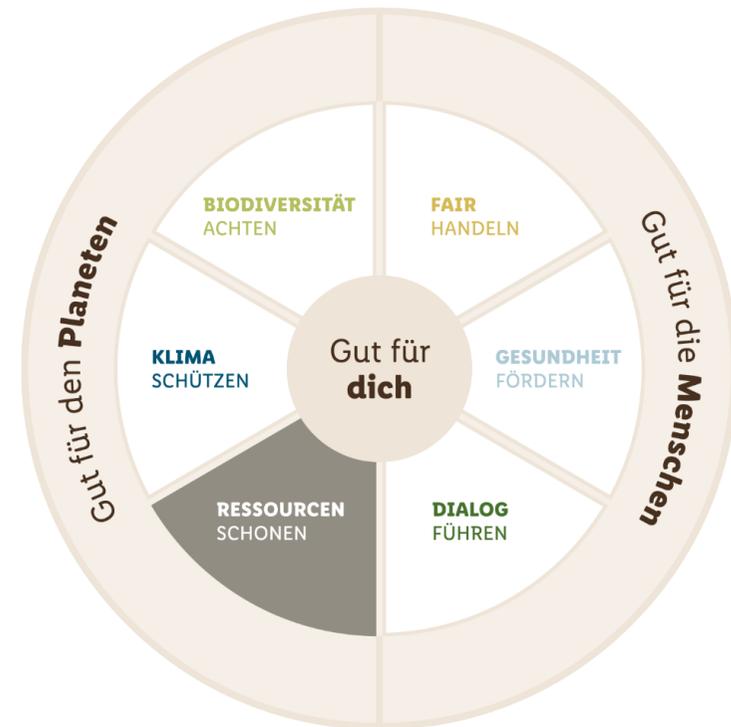
Für Lidl ist nachhaltiges Handeln eines der zentralen gemeinsam erarbeiteten strategischen Ziele für eine erfolgreiche Zukunft. Wir übernehmen Verantwortung überall dort, wo unser Handeln Auswirkungen auf Menschen und Umwelt hat. Verantwortlich zu handeln ist unser Weg, unser Qualitätsversprechen jeden Tag aufs Neue zu erfüllen und damit unsere Unternehmen für die Zukunft sicher aufzustellen. Vor diesem Hintergrund haben wir unsere CSR-Strategie gemeinsam entwickelt. Mit ihr geben wir unserem Anspruch an verantwortungsvolles Handeln eine klare Richtung. Unser gemeinsames und übergreifendes Verständnis von nachhaltigem Handeln adressiert sechs strategische Fokusthemen: „Ressourcen schonen“, „Klima schützen“, „Biodiversität achten“, „Fair handeln“, „Gesundheit fördern“ und „Dialog führen“. Damit beschreiben wir, wie wir bei Lidl in Deutschland unsere Verantwortung für die Umwelt, die Menschen und unsere Kunden verstehen und adressieren.

### Unsere Verantwortung für Lebensmittelrettung

Als Lebensmittelhändler wissen wir den Wert von Lebensmitteln zu schätzen, und es ist in unserem eigenen Interesse, Ressourcen nachhaltig zu nutzen, um effizient zu wirtschaften. In unserem gemeinsam verabschiedeten CSR-Selbstverständnis ist Lebensmittelrettung ein strategisches Ziel in dem Handlungsfeld „Ressourcen schonen“. Unsere Produkte werden von ausgewählten Geschäftspartnern, mit denen wir seit vielen Jahren eng und vertrauensvoll zusammenarbeiten, unter höchsten Anforderungen an

Qualität und Produktsicherheit hergestellt. Mit unseren Lebensmitteln versorgen wir Deutschland.

Der Kampf gegen Lebensmittelverschwendung ist für uns daher ein zentrales Thema. Wir arbeiten mit System daran, dass Lebensmittelverluste entlang der gesamten Wertschöpfungskette reduziert oder vermieden werden.



Darüber hinaus streben wir an, sogenannte Abschriften (Lebensmittel, die wir aus den unterschiedlichsten Gründen nicht mehr verkaufen können, die aber noch verzehrfähig sind) weiterhin an die Tafeln in Deutschland und damit an Menschen in Not weiterzugeben.



### Lebensmittelrettung mit System

Lidl in Deutschland ist mit über 3.250 Filialen, die aus 39 Waren- und Verteilzentren beliefert werden, und mit rund 100.000 Kollegen ein filialisierender Händler mit System. Wir gestalten unsere Prozesse effizient und können durch unsere Größe zusammen auch durch kleine Veränderungen schnelle, flächendeckende und wirksame Veränderungen herbeiführen.

Unsere Maßnahmen bündeln wir unter der „Lidl-Lebensmittelrettung“ und gelten bundesweit, in allen Standorten und sind für jeden Kollegen nachvollziehbar und anwendbar gestaltet.



# Hintergründe und unser Ansatz

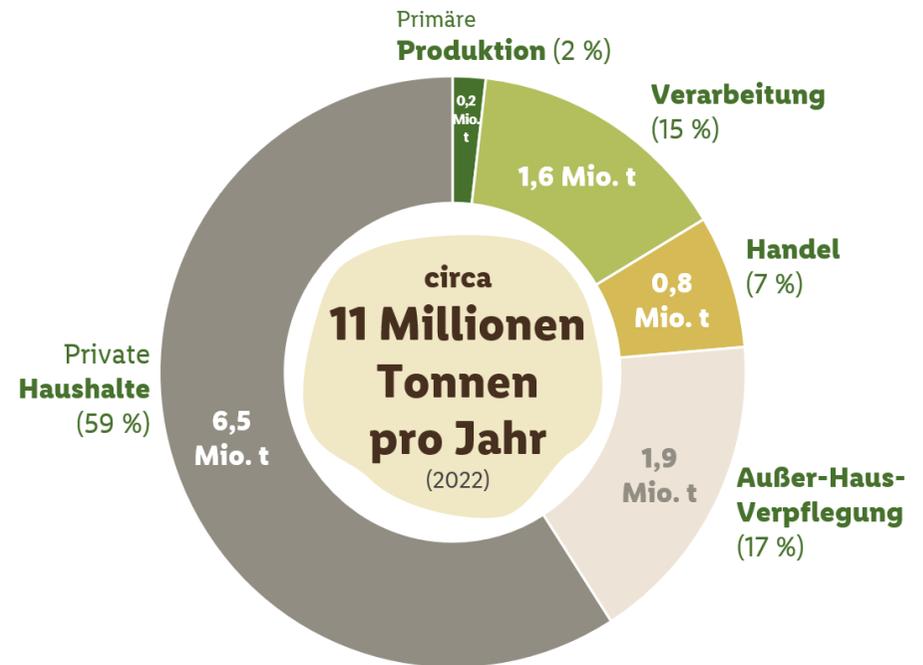


# Hintergründe zur Lebensmittelverschwendung

## Lebensmittelverschwendung als gesamtgesellschaftliches Problem

11 Millionen Tonnen Lebensmittel landen in Deutschland jedes Jahr im Müll. Während nur rund 7 % dieser Verluste auf den Handel zurückgehen, entfallen etwa 60 % davon auf private Haushalte. Auf der folgenden Graphik wird das Volumen an Lebensmittelverschwendung in Deutschland (unterteilt nach Sektoren) deutlich.<sup>1</sup>

Die Ursachen für die Verschwendung sind vielfältig: Neben der falschen Lagerung von Lebensmitteln besteht oft Unkenntnis darüber, worin der Unterschied zwischen dem Mindesthaltbarkeits- und einem Verbrauchsdatum besteht. Klar ist, dass angesichts zahlreicher Menschen in Deutschland, die sich trotz günstiger Preise ausreichende Lebensmittel kaum leisten können, jede Form der Verschwendung vermieden werden muss. Andererseits aber auch weil durch die Produktion von Lebensmitteln große Mengen CO<sub>2</sub> emittiert werden. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die durch Lebensmittel entstehen welche anschließend verschwendet werden, werden auf 10 % aller globalen Treibhausgasemissionen geschätzt.<sup>2</sup>



<sup>1</sup> Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft: Lebensmittelabfälle in Deutschland: Aktuelle Zahlen zur Höhe der Lebensmittelabfälle nach Sektoren, 2022.

<sup>2</sup> WWF, Driven to Waste: The Global Impact of Food Loss and Waste on Farms, 2021.

## Unsere Definition von Lebensmittelverschwendung

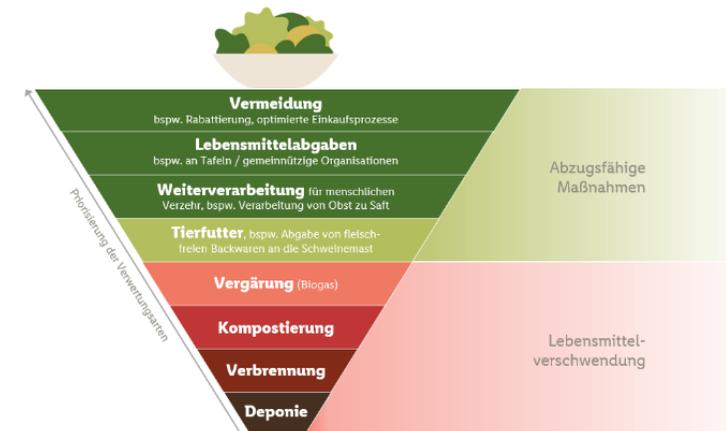
Wir definieren Lebensmittelverschwendung – oder anders: Lebensmittelabfälle – als Produkte, die im Sinne des Kreislaufwirtschaftsgesetzes<sup>3</sup> zu Abfall geworden sind. Dazu zählen Lebensmittelverluste, die nach der Ernte, z. B. bei der Lagerung und während Transport, Verarbeitung und Produktion, anfallen und dem Abfallbegriff der Abfallrahmenrichtlinie entsprechen.

Um klar zu definieren welche Lebensmittel als verschwendet und welche als nicht-verschwendet gelten, nutzen wir eine Verwertungshierarchie (siehe rechts), die sich nach der EU-Verwertungshierarchie<sup>4</sup> sowie den Empfehlungen der UN zur Messung von Lebensmittelverschwendung<sup>5</sup> richtet.

Als nicht-verschwendete Lebensmittel gelten solche verzehrfähigen Waren, die wir, nachdem wir sie nicht mehr verkaufen können, an die Tafeln als berechnigte Organisation weitergeben. Ebenso gelten Lebensmittel nicht als Lebensmittelverluste, wenn diese zur Tierfutterproduktion eingesetzt werden und damit im Lebensmittel-Wertschöpfungskreislauf verbleiben wie bspw. fleischfreie Brote, Brötchen und Gebäckstücke aus den Backshops unserer Filialen.

Die Tierfutterproduktion wird jedoch nur als allerletzte Maßnahme genutzt, und wir priorisieren bspw. die Abgaben an Tafeln, wo immer dies möglich ist.

Unsere Möglichkeiten der Einflussnahme sind entlang der einzelnen Wertschöpfungsstufen unterschiedlich stark ausgeprägt. Unsere gemeinsam erarbeiteten Systeme zur Lebensmittelrettung zielen darauf ab, von der Produktion über den Transport, den Verkauf in Verpackungen, die die Haltbarkeit unterstützen, bis hin zur Rabattierung haltbarkeitskritischer Waren entlang der gesamten Wertschöpfungskette Wirkung zu entfalten und unsere Kunden aktiv mit in die Lebensmittelrettung einzubeziehen.



<sup>3</sup> Gesetze im Internet, Gesetz zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und Sicherung der umweltverträglichen Bewirtschaftung von Abfällen (Kreislaufwirtschaftsgesetz – KrWG), 2012.

<sup>4</sup> European Commission Joint Research Centre, Brief on food waste in the European Union, 2020.

<sup>5</sup> UNEP, UNEP Food Waste Index Report 2021, 2021.

# Unser Ansatz zur Reduzierung von Lebensmittelverlusten

Vor diesem Hintergrund engagieren wir uns als Lidl in Deutschland aktiv für die Reduzierung von Lebensmittelverlusten entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dazu unterteilen wir unsere Handlungsfelder in drei Bereiche ein: Herstellung & Produktion, Lidl (unser Betrieb) und Haushalte, wo die Produkte verbraucht werden. Wir veröffentlichen unseren Fortschritt in unserem gemeinsam erstellten Nachhaltigkeitsbericht und melden diesen ebenfalls zusammen an das Thünen-Institut im Rahmen des Pakts gegen Lebensmittelverschwendung.



## Handlungsfeld „Herstellung & Produktion“

### Effiziente Lieferkette

Entsprechend der Verwertungshierarchie von Lebensmitteln ist der erste Schritt Lebensmittelverluste zu vermeiden. Das beginnt bei der konkreten Absprache mit den Produzenten, welche Mengen wir bis wann benötigen. Darüber hinaus legen wir Abnahmemengen und Lieferzeiträume im Dialog mit unseren Lieferanten fest, mit denen wir langjährige Partnerschaften und vertrauensvolle Zusammenarbeit pflegen.

Durch eine effiziente Logistik, mit kurzen Transportwegen und optimalen Umfeldbedingungen, bezogen auf Licht-, Temperatur- und sonstige Umwelteinflüsse, stellen wir sicher, dass unsere Lebensmittel in einem optimalen Zustand in die Filialen gelangen und die Kunden ausreichend Zeit haben, die Artikel vor dem Erreichen des Mindesthaltbarkeits- oder des Verbrauchsdatums einzukaufen und zu verzehren.

### Forschung

Für die Lebensmittelverluste in der vorgelagerten Lieferkette gibt es oftmals nur Schätzwerte. Vor diesem Hintergrund haben wir das Thünen-Institut damit beauftragt, unsere Lieferkette wissenschaftlich zu untersuchen. Ziel war es, Lebensmittelverluste bei Obst und Gemüse

besser zu verstehen und auf diese Weise Maßnahmen zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung entwickeln zu können.

Die Ergebnisse wurden [wissenschaftlich publiziert](#) und zeigen unter anderem, dass die Lebensmittelverluste in unserer Obst- und Gemüselieferkette mit 6 % deutlich geringer ausfallen, als bislang für die Branche angenommen.<sup>6</sup>

Gründe für die Verluste sind neben Produktstandards unter anderem auch Rücklieferungen und Mengenabrufe. Wir leiten aus diesen Erkenntnissen gemeinsam entsprechende Maßnahmen für das Nachhaltigkeitsmanagement ab.

## Handlungsfeld „Lidl“

### Straffe Bestellprozesse

In unseren Filialen stellen wir sicher, dass unseren Kunden jeden Tag die komplette Sortimentsvielfalt zur Verfügung steht. Qualität und Frische werden dabei durch eine tägliche Warenanlieferung und regelmäßige Kontrollen der Waren während der Öffnungszeiten sichergestellt.

Bei der Disposition bestellen wir nur den Tagesbedarf, um unnötige Abschriften zu vermeiden. Auf Grundlage unseres umfassenden

Datenmaterials über die taggenauen Abverkäufe können wir genaue Aussagen über die benötigten Mengen treffen.

Die Auswertung der Abverkaufsmengen und -zeiträume ermöglicht uns ebenfalls eine bedarfsoptimierte Bestückung unseres Backshop-Sortiments. Zusätzlich verzichten wir bei ausgewählten Artikeln, die abends nicht nachgefragt werden, auf einen Backvorgang in den letzten zwei Stunden vor Geschäftsschluss.

Wir haben ein hohes Interesse daran, ein Gleichgewicht zwischen der Warenverfügbarkeit für unsere Kunden und der Vermeidung von Abschriften zu erzielen. Eine immer genauere Datengrundlage hilft uns dabei, dieses Ziel zu erreichen. Auch diese Maßnahme trägt zu dem Ziel, Lebensmittelverluste zu vermeiden, bei.

### Schulungen für Kollegen

Wir haben verschiedene Schulungsformate für unsere Kollegen in den Filialen und Logistikzentren. Zusätzlich zu den Einarbeitungen bei der Übernahme neuer Aufgaben, bieten wir jährlich Schulungen an, wobei auch das Thema Reduzierung von Lebensmittelverlusten besprochen wird.

<sup>6</sup> Thünen-Institut, Lebensmittelverluste bei Obst und Gemüse durch Qualitätsanforderungen des Einzelhandels, 2023.

Darüber hinaus und für alle Kollegen von Lidl in Deutschland, haben wir die gemeinsam gestaltete interne Aktivierungskampagne „YOU“ gestartet, mit der wir Kollegen zu nachhaltigem Handeln motivieren und befähigen möchten. Damit wollen wir Nachhaltigkeit stärker in unserer jeweiligen Unternehmenskultur verankern. Dabei werden alle Fokusthemen unseres zusammen erarbeiteten CSR-Selbstverständnisses betrachtet – so auch „Ressourcen schonen“ mit dem Thema Reduzierung von Lebensmittelverlusten.

### Gezielte Rabattierung

Unser Ziel ist es, Ware, die wir in unseren Filialen haben, zu verkaufen. Wir kontrollieren regelmäßig die Frische unserer Waren. Nicht mehr verkaufsfähige Ware schreiben wir ab und stellen sie, wenn sie noch verzehrfähig ist, den Tafeln zur Weitergabe an armutsbetroffene Menschen zur Verfügung.

Waren, die kurz vor Erreichen des Mindesthaltbarkeits- bzw. Verbrauchsdatums sind, rabattieren wir. Durch den zusätzlichen Kaufanreiz sorgen wir dafür, dass unsere Abschriften stark reduziert werden und tragen auch hier zur Vermeidung von Lebensmittelverlusten, dem obersten Ziel der Verwertungshierarchie für Lebensmittel, bei.

Zur besseren Orientierung und Auffindung der rabattierten Produkte stellen wir in unseren Filialen grüne Boxen mit dem Aufdruck „Rette mich“ auf. „Rette mich“, dass im Februar 2020 unter dem Titel „Ich bin

noch gut“ startete, ist ein gemeinsam erarbeiteter Konzeptbaustein in allen über 3.250 Filialen in Deutschland. Mit dieser Maßnahme leisten wir einen Beitrag zur Bundesweiten Initiative „Zu gut für die Tonne“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft.

Seit Sommer 2022 ergänzen wir das Angebot mit der „Rettertüte“, in der äußerlich weniger perfekte Obst- und Gemüseprodukte rabattiert zum Einheitspreis von drei Euro angeboten werden. In der bis zu fünf Kilogramm schweren „Rettertüte“ befinden sich verschiedene Obst- und Gemüsesorten. Dazu gehören beispielsweise Artikel, bei denen die Verpackung beschädigt wurde oder nur einzelne Produkte aussortiert werden müssen.

Im Jahr 2023 feierten wir das 15-jährige Jubiläum unserer Kooperation mit den Tafeln und haben in diesem Rahmen die „Rettertüte“ um eine Spendenmechanik ergänzt. So spenden wir pro verkaufter Tüte 20 Cent an die Tafeln in Deutschland, um ihre Arbeit zusätzlich zu unterstützen. Die Spendengelder werden für wichtige Projekte der Tafel wie die Digitalisierung, den Ausbau der Lager- und Transportkapazitäten sowie der Förderung des Ehrenamts, unter anderem zur Nachwuchsgewinnung, verwendet.



## Unterstützung der Tafeln

Seit 2008 unterstützen wir die Tafeln mit Lebensmittelabgaben. Verzehr-fähige und lebensmittelrechtlich unbedenkliche Ware wird deutschlandweit oft von den jeweiligen Tafeln an unseren Filialen und Logistikzentren abgeholt und verteilt. Es geht uns darum, dass noch essbare Lebensmittel nicht weggeworfen werden. Die Zusammenarbeit mit den Tafeln wird kontinuierlich ausgebaut. Gemäß der Verwertungshierarchie für Lebensmittel ist die Lebensmittelabgabe an gemeinnützige Organisationen der zweite Schritt, um Lebensmittelverluste zu vermeiden.

Seit 2018 unterstützt Lidl finanziell und auch fachlich den Aufbau von digitalen Prozessen bei der Tafel. Das Projekt „Tafel macht Zukunft – gemeinsam digital“ hat zum Ziel, die Lebensmittelrettung durch die Tafeln mit digitalen Lösungen zu vereinfachen, um zukünftig noch mehr Nahrungsmittel vor dem Müll zu retten und an Menschen in Not weiterzugeben.

## Tierfutterproduktion

Lebensmittel, die wir nicht an die Tafeln abgeben können, werden an Tierfutterproduktionen abgegeben. Die Verwertung von bspw. Backwaren durch Tiere nutzen wir als letzte Möglichkeit, um



Lebensmittelverluste zu verhindern. Dies entspricht auch der Verwertungshierarchie von Lebensmitteln.

## Handlungsfeld „Haushalte“

### Kundensensibilisierung

Eine weitverbreitete Herausforderung ist die fehlende Kenntnis der Unterschiede zwischen Mindesthaltbarkeits- und Verbrauchsdatum.

Wir haben bei ausgewählten Artikeln einen zusätzlichen Haltbarkeitshinweis aufgebracht, der dem Konsumenten verdeutlicht, dass die Ware auch nach Überschreiten des Mindesthaltbarkeitsdatums noch gut sein kann. Der Aufdruck „Ich halte oft länger, als man denkt“ soll Kunden sensibilisieren, zu Hause weniger wegzuworfen. Mit dem auffälligen Aufdruck unterstützt Lidl in Deutschland die Kampagne der Organisation „Too Good To Go“.



Zudem werden gesammelte Rezepte zur kulinarischen Resteverwertung und Tipps zur passenden Portionierung und Lagerung von Lebensmitteln über die unterschiedlichen Kommunikationskanäle von Lidl in Deutschland wie zum Beispiel [www.lidl.de/lebensmittelrettung](http://www.lidl.de/lebensmittelrettung) und in den sozialen Medien angeboten. Dank des eingerichteten „Retterfilter“ auf [www.lidl-kochen.de/retterfilter](http://www.lidl-kochen.de/retterfilter) können verschiedene Zutaten eingegeben werden und man erhält daraufhin Rezeptvorschläge, was sich mit den Produkten alles kochen lässt, sodass nichts im Müll landen muss.

Außerdem wird die Community in den sozialen Medien regelmäßig aufgeklärt, wie sie selbst Lebensmittelretter werden können. Die dritte Staffel der Videoreihe [#LäuftBeiLidl](#) ermöglicht den Zuschauern einen Blick hinter die Kulissen und zeigt, welche Maßnahmen im Kampf gegen Lebensmittelverluste möglich sind.

### **Bildungsprogramme für Kinder**

Im Rahmen von verschiedenen Projekten sensibilisiert Lidl in Deutschland Familien, insbesondere Kinder, für das Thema Lebensmittelwertschätzung.

So können sich seit April 2023 2.000 Grundschul Kinder mit dem neuen Bildungsprojekt „DICH RETT'ICH“ zu Lebensmittelrettern ausbilden lassen. Realisiert wird das Projekt vom gemeinnützigen Verein RESTLOS GLÜCKLICH, dessen Partner wir sind. In vier Unterrichtseinheiten bringt der „DICH RETT'ICH“-Workshop den Grundschulkindern den Wert

unserer Nahrung spielerisch näher und vermittelt ihnen einen sorgsam Umgang mit Lebensmitteln. Dazu veranstaltet RESTLOS GLÜCKLICH in Schulen in Baden-Württemberg und Berlin bis Sommer 2025 insgesamt 75 für die Schulen kostenlose Workshops, die neben praktischen Tipps zur Lagerung von Lebensmitteln auch kinderleichte Rezepte vermittelt.



## Die Rolle von nachhaltigen Kunststoffverpackungen bei der Reduzierung von Lebensmittelverlusten

Die Sicherheit unserer Lebensmittel ist für uns oberstes Gebot. Deswegen schützen wir unsere Waren gegen Verderb. Den Schutz erreichen wir durch kurze Transportwege, optimale Lagerungsbedingungen und eine Verpackung, die die Ware gegen äußere Einflüsse schützt.

Darüber hinaus garantieren wir durch eine Verpackung nicht nur die Produktsicherheit, wie die einwandfreie Hygiene oder den Schutz vor mechanischer Beschädigung, sondern auch die Haltbarkeit unserer Produkte. Durch unsere Verpackungen tragen wir somit auch zur Reduzierung von Lebensmittelverlusten bei.

Gleichzeitig erkennen wir die Notwendigkeit, dass größer werdende Aufkommen von Verpackungseinsätzen und -abfällen zu reduzieren und die dafür aufgewendeten Ressourcen zu schonen und insbesondere durch Plastikverpackungen verursachte Umweltverschmutzung zu bekämpfen.

**Um beiden Anliegen gerecht zu werden, vertreten wir folgende gemeinsam erarbeitete Position: Wir vermeiden, wo möglich und nachhaltig, Kunststoffverpackungen. Dabei betrachten wir jeden Einzelfall und werden jeweils dem Ziel Vorrang einräumen, das sich als ökobilanziell vorteilhafter erweist.**

Beispiel: Wir haben uns nach gemeinsamer Abwägung der erwarteten ökobilanziellen Auswirkungen entschieden, Salatgurken im Einzelfall zu

folieren, um ein Austrocknen und damit den Verderb der Ware zu vermeiden. Wir werden die Folie, die rund 10 % der CO<sub>2</sub>-Emissionen des gesamten Lebensmittels ausmacht, gleichzeitig aber die Haltbarkeit um durchschnittlich elf Tage verlängert, immer dann nutzen, wenn wir die Waren saisonal bedingt nicht aus Deutschland beziehen. Die zusätzlichen Transportwege und die damit verkürzte Zeit für den Kunden, die Ware vor dem Austrocknen zu kaufen, verlängern wir durch den Einsatz der schützenden Folie.



Unsere Positionen zum schonenden Einsatz von Verpackungen finden Ausdruck in der ganzheitlichen gemeinsam verabschiedeten Plastikstrategie REset Plastic. Der Ansatz reicht von der Vermeidung, über Design, Recycling und Beseitigung bis hin zu Innovation und Aufklärung. Dadurch werden der Einsatz von Plastik reduziert und Kreisläufe geschlossen.

Weitere Informationen finden sich auf [unserer Homepage](#).

# Dialog führen



## Pakt gegen Lebensmittelverschwendung

Der [Pakt gegen Lebensmittelverschwendung](#) ist aus dem Austausch im Rahmen des sektorspezifischen Dialogforums Groß- und Einzelhandel mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) entstanden.

Wir haben diesen Pakt 2023 gemeinsam mit dem BMEL, dem Handelsverband Lebensmittel (BVLH) und weiteren Branchenvertretern geschlossen. Er umfasst eine Reihe überprüfbarer Vereinbarungen wie etwa eine Verpflichtung, mehr verzehrfähige Waren an gemeinnützige Organisationen abzugeben.

Der Maßnahmenenerfolg wird durch das Thünen-Institut evaluiert. Dafür legen wir jährlich ein Formblatt vor, mit welchem wir unsere Maßnahmen und Ergebnisse offenlegen.



## Teilnahme an der Aktionswoche zur Lebensmittelrettung

Wir beteiligen uns jährlich an der Aktionswoche [„Lebensmittelretter – neue Helden braucht das Land.“](#) des Ministeriums für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg.

Da unsere Verwaltung in Bad Wimpfen in Baden-Württemberg ist, ist es uns ein besonderes Anliegen zusätzlich zur nationalen Aktionswoche des BMEL auch regional auf das Thema Lebensmittelverluste in unserem Heimat-Bundesland aufmerksam zu machen. Das Ziel der Aktionswoche ist eine Sensibilisierung für mehr Lebensmittelwertschätzung.



# Quellen & Verlinkungen



## Quellen und Verlinkungen

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft:  
**Lebensmittelabfälle in Deutschland: Aktuelle Zahlen zur Höhe der Lebensmittelabfälle nach Sektoren**

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

(Stand: 2022)

---

European Commission Joint Research Centre:  
**Brief on food waste in the European Union**

[https://food.ec.europa.eu/document/download/d53de425-9468-4d56-82e0-f8d14a42ba28\\_en?filename=fw\\_lib\\_stud-rep-pol\\_ec-know-cen\\_bioeconomy\\_2021.pdf](https://food.ec.europa.eu/document/download/d53de425-9468-4d56-82e0-f8d14a42ba28_en?filename=fw_lib_stud-rep-pol_ec-know-cen_bioeconomy_2021.pdf)

(Stand: 2020)

---

Gesetze im Internet:  
**Gesetz zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und Sicherung der umweltverträglichen Bewirtschaftung von Abfällen (Kreislaufwirtschaftsgesetz – KrWG)**

<https://www.gesetze-im-internet.de/krwg/KrWG.pdf>

(Stand: 2012)

---

Thünen-Institut:  
**Lebensmittelverluste bei Obst und Gemüse durch Qualitätsanforderungen des Einzelhandels**

[https://www.thuenen.de/media/publikationen/project\\_brief/Project\\_brief\\_2023\\_04.pdf](https://www.thuenen.de/media/publikationen/project_brief/Project_brief_2023_04.pdf)

(Stand: 2023)

---

UNEP:  
**UNEP Food Waste Index Report 2021**

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

(Stand: 2021)

---

WWF:  
**Driven to Waste: The Global Impact of Food Loss and Waste on Farms**

[https://wwf.panda.org/discover/our\\_focus/food\\_practice/food\\_loss\\_and\\_waste/drive\\_n\\_to\\_waste\\_global\\_food\\_loss\\_on\\_farms/](https://wwf.panda.org/discover/our_focus/food_practice/food_loss_and_waste/drive_n_to_waste_global_food_loss_on_farms/)

(Stand: 2021)

---



## Kontakt

Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG  
Bonfelder Straße 2  
74206 Bad Wimpfen

[kontakt@lidl.de](mailto:kontakt@lidl.de)

## Weiterführende Verweise zu CSR

[www.lidl.de/verantwortung](http://www.lidl.de/verantwortung)

Dieses Positionspapier wurde von den Unternehmen von Lidl in Deutschland als gemeinsamer Bericht erstellt. Die Worte „wir“, „uns“, „unser“ o. ä. stehen dabei ebenso wie die Formulierung „Lidl in Deutschland“ jeweils für die Gesamtheit dieser Unternehmen.

## Urheberrechtshinweis

Die Inhalte dieses Dokuments (u.a. Texte, Grafiken, Fotos, Logos etc.) sowie das Dokument selbst sind urheberrechtlich geschützt. Ohne schriftliche Genehmigung von Lidl dürfen dieses Dokument und/oder Inhalte nicht weitergegeben, modifiziert, veröffentlicht, übersetzt oder reproduziert werden.

## Genderhinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in dieser Publikation die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

© Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG