

Lebensmittelabfälle verringern: Maßnahmen des deutschen Einzelhandels



Einleitung

Der deutsche Einzelhandel engagiert sich erfolgreich, damit Lebensmittel verwertet und nicht vernichtet werden. Die Unternehmen ergreifen eine ganze Reihe von Maßnahmen, um Lebensmittelabfälle vor der Anlieferung, in den Läden und darüber hinaus zu vermeiden. Dies ist schon aus rein wirtschaftlichen Gründen von großer Bedeutung für den Einzelhandel – er lebt schließlich vom Verkauf der Lebensmittel und nicht von ihrer Vernichtung. Mit der Reduzierung von Verlusten leistet der Einzelhandel einerseits einen Beitrag zum bewussten und nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln. Andererseits werden damit Umsatzeinbußen vermindert, denn schließlich kostet jeder weggeworfene Artikel den Händler Geld.

Die Verlustquote im deutschen Einzelhandel ist sehr gering. Eine Studie des Forschungsinstituts EHI¹ hat ergeben, dass die Quote der Lebensmittel, die durch Beschädigung oder Verderb in den Filialen nicht mehr verkauft werden können, durchschnittlich über alle Warengruppen 1,1 Prozent des Gesamtwerts beträgt. Umgerechnet auf die deutsche Bevölkerung heißt das, dass im Handel pro Kopf und Jahr weniger als 4 kg Lebensmittel mit einem Wert von knapp 15 Euro vernichtet werden müssen.

Der Handel ist sich seiner Verantwortung als Teil der Lebensmittellieferkette bewusst und stellt sich den bestehenden Herausforderungen: Einerseits erwarten Kunden eine Vielfalt von einwandfreier, frischer Ware – und zwar bis zum Ende des Verkaufstages. Andererseits sind bestimmte frische Produkte am nächsten Tag nicht mehr verkaufsfähig. Daher richtet der Lebensmittelhandel sein Augenmerk darauf, den Bedarf so gründlich und vorausschauend wie möglich zu planen.



Bevor die Ware in den Markt kommt

Schon bevor die Lebensmittel überhaupt in die Läden gelangen, ergreift der Einzelhandel wichtige Maßnahmen, um der Verschwendung von Lebensmitteln vorzubeugen.

Alle großen Handelsunternehmen optimieren fortwährend ihre Warenwirtschaftssysteme, um die bedarfsgerechte Versorgung der Märkte zu garantieren. Durch Einsatz von Prognosesystemen, Abverkaufsdaten aus Vorjahren und automatisierte Bestellverfahren werden der tatsächlichen Nachfrage entsprechende Mengen bestellt. Außerdem verkürzen die Händler die Bestellrhythmen und verkleinern die Bestellmengen, um dementsprechend kürzere Lagerzeiten und geringere Lagermengen zu garantieren und die Verderbquote zu minimieren.

Diese Planungsgenauigkeit ermöglicht Unternehmen, die mit regionalen Landwirten kooperieren, die gemeinsame Erstellung von detaillierten Anbauplänen. Im Rahmen solcher Partnerschaften unterstützen Einzelhändler auch Sonderaktionen, um gezielt Überschüsse der Landwirte schnell abzubauen.

¹ EHI Studie „Nahrungsmittelverluste im Lebensmitteleinzelhandel“, September 2011
http://www.ehi.org/fileadmin/images/content_images/Presse/Pressefotos/EHI_Studie_Lebensmittelverluste_LEH.pdf



Die Handelsunternehmen schulen zusätzlich ihre Landwirte, damit die Produkte den internationalen Sicherheits- und Qualitätsstandards entsprechen und nicht unnötig entsorgt werden müssen. Insbesondere bei Importware sind die Handelsklassen für Obst und Gemüse ein unverzichtbares Hilfsmittel, um die Qualität der Ware ohne umfassende Prüfung zu garantieren und um die Vertragsbeziehungen zwischen Einzelhändlern und Lieferanten zum Vorteil aller Parteien rechtssicherer und transparenter zu gestalten. Darüber hinaus leisten Vermarktungsnormen einen Beitrag zur Verringerung der Verlustquote. Produkte, die diese Kriterien nicht erfüllen, können bereits auf der Vorstufe einer Alternativverwertung zugeführt werden.

Die Einkaufsabteilungen der Handelshäuser bestellen vermehrt verschiedene Packungsgrößen eines Produkts – bis zu acht verschiedenen Größen. Auf diese Weise können die Händler der Nachfrage verschiedener Haushaltsgrößen gerecht werden und Reste bei den Kunden vermeiden, die womöglich sonst auf dem Müll landen. Ferner bieten Bedientheken den Kunden die Möglichkeit, problemlos bedarfsgerechte Klein- und Kleinstmengen einzukaufen.

Die Filialen der Handelsunternehmen haben oft Zugang zu detaillierten Wetterprognosen für ihre Region. Diese Informationen sind besonders für die Bestellung von saisonaler Ware hilfreich. Zum Beispiel wird im Sommer bei gutem Wetter mehr Grillfleisch gekauft, als bei Regenwetter. Somit können die Märkte ihre Bevorratung präziser planen, um Überschüsse zu vermeiden.

Auch fordern eine Reihe von Handelsunternehmen ihre Zulieferer auf, Lebensmittel näher am Herstellungszeitpunkt zu liefern, um von einer längeren Restlaufzeit des Produkts, also der Zeit, die dem Händler verbleibt, das Produkt zu vermarkten, profitieren zu können. Dies hat Vorteile für alle: Der Handel kann dem Kunden frischere Waren anbieten und der Kunde hat länger Zeit, sie vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD) zu verzehren.

In der Logistik versuchen die Unternehmen, die Verlustrate von Lebensmitteln durch Transportfehler zu minimieren. So wird auf kurze Transportwege zwischen Lagerstandorten und Märkten sowie auf die lückenlose Kühlung von Waren vom Hersteller direkt bis in die Regale in den Filialen geachtet und durch Schulungen der Lieferanten unterstützt. Außerdem kooperieren die Fachleute der Lebensmittelbranche in der Entwicklung von innovativen Systemen, die Lebensmittel während des Transports schützen und ihre Unversehrtheit garantieren. Zum Beispiel wurden Systeme zur Sicherung von Glaskonserven durch Spezialfolie oder optimierte Stapelschemata entwickelt.



In den Läden

Wenn die Lebensmittel in den Läden ankommen, gibt es weitere Maßnahmen, die die Mitarbeiter vor Ort ergreifen, um die Verlustquote so gering wie möglich zu halten. Manche Unternehmen führen interne Rankings der Filialen hinsichtlich ihrer Verlustquote, was ein praktischer Anreiz für Mitarbeiter ist, Lebensmittelabfälle aktiv zu vermeiden.

In den Lebensmittelgeschäften kontrolliert das geschulte Personal die Waren regelmäßig auf Qualität, zum Beispiel auf Aussehen und Beschaffenheit, und auf Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums. Hier setzt der Einzelhandel zum Teil hochmoderne Technologie ein, die durch ein Warnsystem das Aus- oder Umsortieren der Waren nach Mindesthaltbarkeitsdatum vereinfacht. Weiterhin wird frisches Obst und Gemüse, das eventuell nicht mehr den optischen Standards der Kunden entspricht, nicht entsorgt, sondern in Salatbars, Safttheken etc. weiterverarbeitet. Bei großen Vorratsmengen werden auch Sonderaktionen für einen schnellen Abverkauf gestartet.

Obst und Gemüseartikel werden ferner lose angeboten. Damit kann sich der Kunde bedarfsgerecht und in kleinen Portionen versorgen.

Sollte es in den Märkten trotz dieser Schritte Produkte geben, die nahe am Mindesthaltbarkeitsdatum sind, werden die Preise oft reduziert und durch spezielle Etiketten ausgezeichnet. Viele Läden verfügen über ausgewiesene Zonen, etwa gesonderte Kühlregale oder spezielle Platzierungen im Kassensbereich, in denen preisreduzierte Waren regelmäßig angeboten werden.

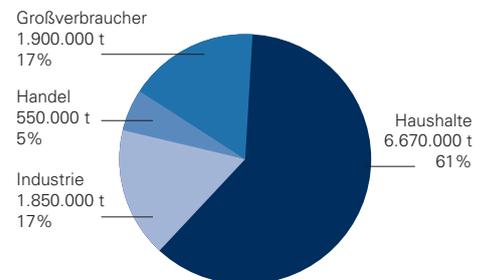
Bei sogenannten „Backstationen“ im Ladenlokal wird das Sortiment in vielen Handelsunternehmen bereits vor Ladenschluss deutlich reduziert. Nur noch einige Standardprodukte werden frisch aufgebacken und zum Verkauf angeboten. Auch hier werden Restbestände preisreduziert verkauft.



Um Lebensmittel, die verzehrfähig jedoch nicht mehr verkaufsfähig sind, vor der Vernichtung zu bewahren, arbeitet der Lebensmittelhandel schon seit vielen Jahren mit den Tafeln zusammen. Die Tafeln sammeln qualitativ einwandfreie Lebensmittel, die sonst im Müll landen würden, und verteilen diese an sozial und wirtschaftlich Benachteiligte – kostenlos oder zu einem symbolischen Betrag. Derzeit gibt es über 880 Tafeln in Deutschland. Alle sind gemeinnützige Organisationen. Bundesweit versorgen sie regelmäßig über 1,5 Millionen bedürftige Personen mit Lebensmitteln – knapp ein Drittel davon Kinder und Jugendliche. Schätzungsweise 80 bis 90 Prozent aller Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte kooperieren mit Organisationen wie den Tafeln. Grundsätzlich werden nur Waren gespendet, die uneingeschränkt genießbar sind. Zum Großteil sind das Obst und Gemüse, aber auch tagfrische Waren der Backshops. Da die Tafelorganisationen heute verstärkt über Kühlfahrzeuge verfügen, werden vermehrt auch Molkereiprodukte und Frischwaren abgegeben.

Es ist dem Einzelhandel vom Gesetzgeber untersagt, Produkte nach Ablauf des Verbrauchsdatums in Umlauf zu bringen. Restbestände gehen daher oft an die Lieferanten zurück, damit sie umweltfreundlich entsorgt (z. B. in Biogasanlagen) oder zweckmäßig weiterverarbeitet werden können (z. B. für Tierfutter).

Verteilung der Lebensmittelabfälle nach Bereichen der Wertschöpfungskette für Lebensmittel in Tonnen / Jahr



Quelle: Umfrage des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), Universität Stuttgart, Februar 2012

Bei den Kunden



Studien der Europäischen Kommission und des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) zeigen, dass der Hauptanteil von Lebensmittelabfällen von Privathaushalten verursacht wird – rund 70 Prozent² der angefallenen Lebensmittelabfälle in Deutschland. Ursache sind häufig mangelnde Einkaufspläne und unverhältnismäßige Vorsicht beim Mindesthaltbarkeitsdatum.

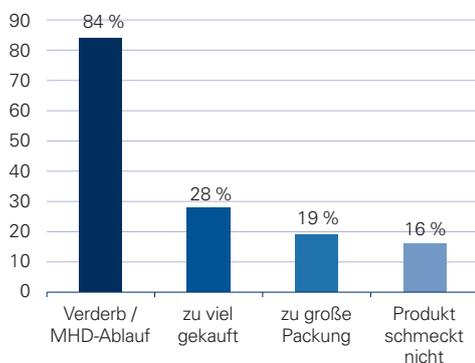
Der Einzelhandel unterstützt daher die Aufklärungsaktion der Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner, „Teller oder Tonne?“. Die handlichen Flyer der Kampagne informieren bundesweit die Kunden von über 21.000 Läden, über die wichtigsten Fragen rund um die Kennzeichnung mit Mindesthaltbarkeitsdatum und Verbrauchsdatum und den verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmitteln. Des Weiteren bieten einige Unternehmen ihren Kunden Hilfestellung beim Kampf gegen Lebensmittelverschwendung in Form von Webseiten mit praktischen Tipps zur Erstellung eines Einkaufszettels, zur richtigen Lagerung von Lebensmitteln sowie Rezepte zur sinnvollen Verwertung von Resten.

Heute können Kunden fast zu jeder Tageszeit einkaufen. Viele Geschäfte des Lebensmitteleinzelhandels haben verlängerte Öffnungszeiten – teilweise bis 24 Uhr. Die Notwendigkeit der Bevorratung zu Hause entfällt somit zum Teil. Der Kunde kann sich täglich mit der richtigen Menge an frischen Lebensmitteln eindecken und beugt so der Vernichtung von Lebensmitteln vor.

Trotzdem kann der Handel das Umdenken bei seinen Kunden nicht erzwingen. Die Händler müssen die Wünsche und Erwartungen der Kunden berücksichtigen. Ein Beispiel hierfür sind Kartoffeln. Ungebürstete und ungewaschene Kartoffeln sind zwar länger haltbar, weil sie von einer schützenden Erdschicht umgeben sind, finden aber in der Realität keinen Absatz. Dies zeigt die Grenzen der Beeinflussung durch den Handel auf.

Häufigste Gründe für das Wegwerfen von Lebensmitteln

(Mehrfach-Nennungen möglich)



Quelle: Umfrage des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), Januar 2011

2 EU-Studie 'Preparatory Study on Food Waste across EU-27', Oktober 2010
http://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/bio_foodwaste_report.pdf

Der Deutsche Einzelhandel



In Deutschland ist der Einzelhandel heute mit 400.000 Unternehmen und einem Umsatz von über 400 Milliarden Euro die drittgrößte Wirtschaftsbranche nach Industrie und Handwerk und zeichnet sich durch seine Schnittstellenfunktion zum Verbraucher aus. Tagtäglich kaufen 50 Millionen Verbraucher im deutschen Einzelhandel ein, beim Gemüsehändler, am Zeitungskiosk, im Kaufhaus, im Supermarkt und im Internet.





www.alles-fuers-leben.de

Handelsverband Deutschland (HDE)

HDE Brüssel

85 Avenue des Nerviens

B-1040 Brüssel

Telefon: +32 (2) 7354379

Fax: +32 (2) 2308497

E-Mail: europa@einzelhandel.de

Am Weidendamm 1 A

D-10117 Berlin

Telefon: +49 (0)30 726250-0

Fax: +49 (0)30 726250-19

E-Mail: hde@einzelhandel.de

www.einzelhandel.de