



Lebensmittel- verluste reduzieren. Ressourcen schonen.

Kernpositionen des
Bundesverbandes des Deutschen
Lebensmittelhandels (BVLH)

BVLH-Positionen auf einen Blick:

- Die Verlustquote im deutschen Lebensmittelhandel ist gering. Beachtung verdienen vor allem die Frischwarengruppen. Aber auch hier liegt die Bruch- und Verderbsquote bei gerade einmal drei Prozent.
- Vergleichbare Messverfahren müssen sich an bereits vorhandenen sowie bewährten Methoden und Instrumenten der Verlusterfassung im deutschen Lebensmittelhandel orientieren. Dabei muss nicht nur der Heterogenität der Erfassungssysteme Rechnung getragen werden, sondern auch das Kosten-Nutzen-Verhältnis gewahrt bleiben.
- Das Mindesthaltbarkeitsdatum muss erhalten bleiben. Sein Name ist etabliert und gelernt. Seine richtige Handhabung trägt zur Verringerung der Lebensmittelverschwendung bei.
- Vermarktungsnormen stellen Homogenität, Vergleichbarkeit und Markttransparenz her. Sie dienen der Qualitätsdefinition und sind die Basis der Geschäftsbeziehung zwischen den Marktbeteiligten. Wo es sinnvoll ist, werden Produkte, die äußerlich kleine Mängel aufweisen, dennoch im Handel angeboten.
- Ein Gesetz, das Lebensmittelhändler verpflichtet, Produkte, die nicht mehr verkäuflich sind, an karitative Organisationen zu spenden, greift unverhältnismäßig in die unternehmerische Freiheit ein. Es bevormundet den Handel, obwohl dort nachweislich die geringsten Verluste in der Produktionskette anfallen und obwohl die Unternehmen seit Jahren bereits auf freiwilliger Basis mit karitativen Organisationen zusammenarbeiten.

Bedarfsgerechtes und doch vielfältiges Lebensmittelangebot

Lebensmittelhändler haben großes Interesse daran, Nahrungsmittelverluste so weit wie möglich zu reduzieren. Dadurch können sie sowohl Umsatz- und Ertragseinbußen gering halten, als auch einen Beitrag zum bewussten und nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln leisten.

Die Unternehmen bieten ihren Kunden ein vielfältiges und jederzeit verfügbares Angebot einwandfreier und sicherer Lebensmittel an. Diese Leistung garantiert Verbrauchern, sich jederzeit mit den benötigten Produkten in bedarfsgerechter Menge versorgen zu können. Der deutsche Lebensmittelhandel ist sich der Herausforderung dieses Anspruches bewusst. Einerseits erwarten die Kunden eine Vielfalt einwandfreier, frischer Ware, und zwar bis zum Ende des Tages. Andererseits sind bestimmte frische Produkte am nächsten Tag nur noch eingeschränkt verkaufsfähig. Daher richtet der Lebensmittelhandel sein Augenmerk darauf, den Bedarf so gründlich und vorausschauend wie möglich zu planen. Die fortlaufende Optimierung der Warenwirtschaftssysteme ist daher eine der wichtigsten Maßnahmen, um die Verlustquote gering zu halten.

Angesichts der gewaltigen Anstrengungen, die nötig sein werden, um das nachhaltige Entwicklungsziel der Halbierung der Lebensmittelverluste bis 2030 zu erreichen und im Bewusstsein der Komplexität der Aufgabe, begrüßt der BVLH die zahlreichen Initiativen, die auf EU-Ebene und in Deutschland gestartet wurden, um die Verschwendung von Lebensmitteln zu reduzieren. Auch der deutsche Lebensmittelhandel wird seinen Beitrag dazu leisten.

Mit den im Folgenden vorgestellten Kernpositionen bezieht der BVLH zur aktuellen Diskussion Stellung.

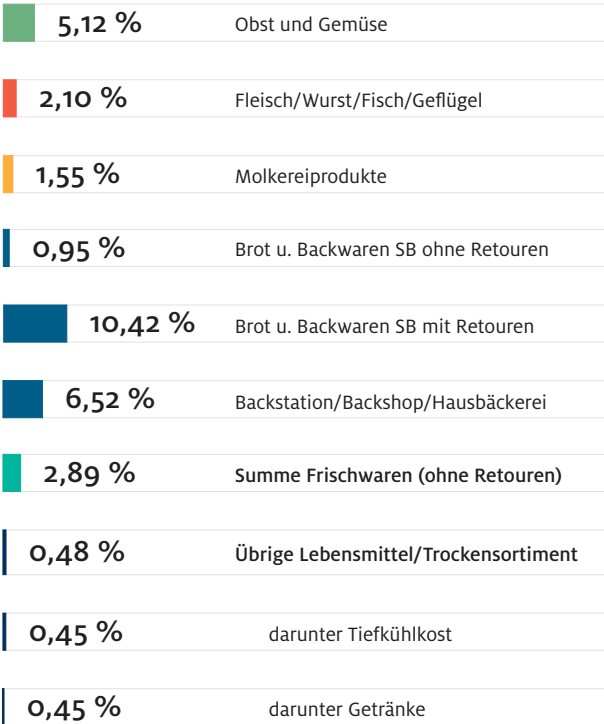
Geringe Verluste im Lebensmittelhandel

Die Verlustquote im deutschen Lebensmittelhandel ist gering. Sie beträgt im Durchschnitt aller Warengruppen circa ein Prozent des Nettowarenwertes*. Besonderes Augenmerk verdienen die Frischwarengruppen. Hier fallen die höchsten Verluste bei Obst und Gemüse sowie bei Brot und Backwaren an. Insgesamt sind die Verluste bei Frischwaren mit einer Bruch- und Verderbsquote in Höhe von knapp drei Prozent aber ebenfalls äußerst gering. Im Trockensortiment spielen Lebensmittelverluste mit einer Quote von gerade einmal 0,5 Prozent so gut wie keine Rolle.

Wirksamstes Mittel, Lebensmittel auf der Handelsstufe vor dem Abfall zu bewahren, ist eine vorausschauende und an die Nachfrage angepasste Warenbedarfsplanung. Daher entwickeln die Handelsunternehmen ihre Warenwirtschaftssysteme mit großem Aufwand kontinuierlich fort. Maßnahmen dafür sind unter anderem der Einsatz von Prognosesystemen, die Nutzung von Abverkaufdaten, kürzere Bestellrhythmen, kleinere Bestellmengen und kleinere Sicherheitsbestände.

* EHI Retail Institute, Nahrungsmittelverluste im LEH, 09/2011

Durchschnittliche Verluste aus Bruch und Verderb bei Lebensmittelvollsortimentern in Prozent vom jeweiligen Warenbezug



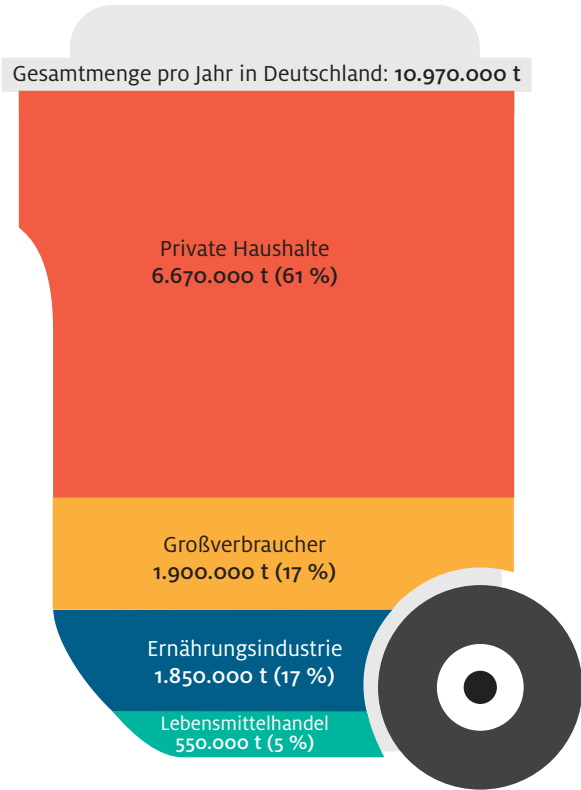
Quelle: EHI Retail Institute 09/2011

Messmethoden müssen praktikabel sein

Bei der Entwicklung vergleichbarer Messmethoden zur Erfassung der Lebensmittelverluste fordert der BVLH eine Herangehensweise, die sich an bereits vorhandenen sowie bewährten Methoden und Instrumenten der Verlufterfassung orientiert. Dabei muss auch der Heterogenität im deutschen Lebensmittelhandel Rechnung getragen werden. Moderne Warenwirtschaftssysteme, die Waren nicht nur monetär, sondern beispielsweise auch nach Stückzahlen erfassen, kommen in der Praxis noch nicht flächendeckend zum Einsatz. Hinzu kommt, dass die im Einsatz befindlichen Warenwirtschaftssysteme keine Lösungen von der Stange sind. Die Systeme und ihre Software sind auf die jeweiligen Bedürfnisse der einzelnen Handelsunternehmen zugeschnitten. Neue Messverfahren dürfen nicht dazu führen, dass Handelsunternehmen flächendeckend neue Erfassungssysteme installieren und neue Erfassungsinstrumente anschaffen müssen. Das Kosten-Nutzen-Verhältnis muss gewahrt bleiben. Die Praxis der Abfallerfassung steht darüber hinaus vor der Frage, wie die Trennung nach vermeidbaren und nicht vermeidbaren Abfällen erfolgt.

Um das Risiko der Offenlegung von Geschäftsgeheimnissen und des Eintretens von Reputationsverlusten zu minimieren, können allenfalls aggregierte Daten zur Verfügung gestellt werden, die keine Rückschlüsse auf bestimmte Betriebsformate oder gar Unternehmen zulassen. Diese Daten müssen von einer ebenso neutralen wie fachkundigen Institution ausgewertet und aufbereitet werden.

**Verteilung der Verluste entlang der Lebensmittelkette:
Nur 5 % fallen beim Lebensmittelhandel an.**



Quelle: Institut für Siedlungswasserbau, Wassergüte und Abfallwirtschaft der Universität Stuttgart im Auftrag des BMELV, Ermittlung weggeworfener Lebensmittelmengen und Vorschläge zur Verminderung der Wegwerfrate bei Lebensmitteln in Deutschland; 02/2012

Mindesthaltbarkeitsdatum hat sich bewährt

Umfragen legen den Schluss nahe, dass Verbraucher die Bedeutung des Mindesthaltbarkeitsdatums kennen, sich in der konkreten Entscheidungssituation jedoch zu selten daran halten. Wenn dem so ist, und hier wäre weitere Forschungsarbeit nötig, helfen nur Information und Aufklärung, um das Problem in den Griff zu bekommen.

Wenn Verbraucher das MHD dennoch als Wegwerfdatum handhaben, könnte das daran liegen, dass sie es als „Lizenz zum Wegwerfen“ interpretiert, das Datum also als Legitimation für sozial unerwünschtes Verhalten heranziehen. In diesem Fall würde eine Umbenennung das Problem ebenfalls nicht lösen, zumal alle bisher in den Raum gestellten Alternativbezeichnungen nicht gänzlich überzeugen konnten.

Der BVLH plädiert daher für den Erhalt des Mindesthaltbarkeitsdatums, vor allem bei solchen Produkten, bei denen es zur Beurteilung der spezifischen Eigenschaften eine große Entscheidungshilfe ist. Das trifft vor allem auf frische, kühlpflichtige Produkte zu. Bei sehr lange haltbaren Lebensmitteln kann es hingegen sinnvoll sein, auf die Angabe zu verzichten. Voraussetzung ist aber, dass diese Befreiung für jedes infrage kommende Produkt einzeln geprüft wird. Die Lebensmittelsicherheit darf auf keinen Fall gefährdet werden.

Wie Verbraucher über das MHD denken.

Frage: Welche Bedeutung hat das „Mindesthaltbarkeitsdatum“ eines Lebensmittels Ihrer Ansicht nach überhaupt? Bitte wählen Sie die Antwortmöglichkeit, die Ihrer Ansicht am ehesten zutrifft.

Das kommt auf die Art des Lebensmittels an.



Das Lebensmittel kann auch nach diesem Datum noch verzehrt werden, auch wenn es dann vielleicht nicht mehr in jeder Hinsicht die beste Qualität bietet.



Bis zu diesem Datum ist ein Verzehr dieses Lebensmittels sicher, nach diesem Datum sollte man es aber nicht mehr essen.



Nichts davon. (SPONTAN)



Weiß nicht.



Basis: n=1.000
Quelle: Eurobarometer EU-Kommission, 09/2015

Vermarktungsnormen sind kein Selbstzweck

Ziel der Wareneinteilung beispielsweise nach Größe, Gewicht und Farbgebung ist es, Homogenität, Vergleichbarkeit und Markttransparenz herzustellen. Die Marktbeteiligten nutzen dafür die Vermarktungsnormen der Europäischen Union und der Wirtschaftskommission der Vereinten Nationen.

Diese Normen machen verlässliche und konkrete Vorgaben zur Erfüllung bestimmter Marktanforderungen. Sie dienen der Qualitätsdefinition der Produkte und sind damit eine wesentliche Basis der Geschäftsbeziehung von Erzeugern, Herstellern und Händlern. Vermarktungsnormen werden daher von allen Parteien befürwortet.

Die Einteilung der Ware nach unterschiedlichen Klassen zeigt an, welche Qualitäten der Markt wünscht. Sie sind daher für den Erzeuger ein wesentliches Instrument zur Vermarktung seiner Ware.

Produkte, die die Vermarktungsnormen im Allgemeinen nicht erfüllen, werden unter bestimmten Bedingungen dennoch im Handel angeboten. Das gilt beispielsweise für Obst und Gemüse, das von ungewöhnlich starken Witterungsereignissen in Mitleidenschaft gezogen wurde und im Rahmen von Solidaritätsaktionen mit lokalen Erzeugern in den Geschäften vermarktet wird.

Darüber hinaus kann es sinnvoll sein, Obst und Gemüse, das äußerlich kleine Makel aufweist, dennoch im Rahmen des allgemeinen Sortiments anzubieten. Ein Beispiel wäre der Bereich ökologisch erzeugter Lebensmittel, zum einen, weil hier das Aufkommen solcher Produkte anbaubedingt höher ist und zum anderen, weil Bio-Kunden andere Anforderungen an die äußerliche Beschaffenheit stellen.

Darüber hinaus haben Obst- und Gemüseerzeuger diverse Möglichkeiten der Alternativverwertung. Das ist zum Beispiel die Saft- und Konservenproduktion oder der Einsatz als Zutat in zahlreichen verarbeiteten Produkten.

Bewährte, freiwillige Partnerschaft mit karitativen Organisationen

Der Lebensmittelhandel gehört seit langem zu den größten Unterstützern der mehr als 900 lokalen Tafel-Organisationen. Tafeln sammeln überschüssige, qualitativ einwandfreie Lebensmittel ein und geben diese an Bedürftige weiter. Dieses seit mehr als 20 Jahren bewährte Prinzip basiert auf freiwilliger Zusammenarbeit. Die Unternehmen engagieren sich, weil sie wissen, dass ihre Spenden überschüssiger, qualitativ einwandfreie Nahrungsmittel einem guten Zweck dienen.

Aus diesem Grund lehnt der BVLH ein Gesetz ab, das den Lebensmittelhandel verpflichtet, Produkte an karitative Organisationen zu spenden. Diese Position wird vom Bundesverband Deutsche Tafel ausdrücklich geteilt.

Eine Zwangsverpflichtung ist vor dem Hintergrund des damit verbundenen Eingriffs in die unternehmerische Freiheit unverhältnismäßig. Zum einen trafe es genau die Stufe der Lebensmittelkette, auf der nachweislich die geringsten Verluste anfallen. Zum anderen hat die langjährige Partnerschaft mit den Tafeln dazu beigetragen, dass der Senkung von Nahrungsmittelverlusten im Lebensmittelhandel große Aufmerksamkeit beigemessen wird. Mit der Verbesserung der Warendisposition oder dem verstärkten Abverkauf von preisreduzierten, kurz vor MHD-Ablauf stehenden, Artikeln sorgen die Unternehmen dafür, dass immer weniger überschüssige Lebensmittel anfallen. Dadurch wird die bereits niedrige Verlustquote im Lebensmitteleinzelhandel noch weiter reduziert.

Über den Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels

In der Handelsorganisation vertritt der BVLH als eigenständiger Verband die lebensmittelfachlichen und lebensmittelpolitischen Interessen des Lebensmittelhandels. Auf diesen Gebieten ist er der Ansprechpartner sowohl für die Landes- und Regionalverbände und die Mitgliedsunternehmen, als auch für Medien, Politik, Verbraucherorganisationen und für die Verbände der vorgelagerten Wirtschaftsstufen.

Die spezifischen Belange von Spezialsortimentern finden im BVLH ebenfalls Berücksichtigung. So haben sich die Fischfachhändler, die Mobilien Kaufleute und die Delikatessenhändler innerhalb des BVLH in Fachverbänden organisiert. Dadurch ist sichergestellt, dass auch sie angemessen an der Meinungsbildung in der Gesamtbranche beteiligt werden.

Aufgaben

- Erarbeitung von Stellungnahmen zu lebensmittelpolitischen Regulierungsvorhaben,
- Positionierung des Lebensmittelhandels in Anhörungen und Expertengesprächen zu lebensmittelfachlichen Themen,
- verbandliche Vertretung des Lebensmittelhandels in Gremien und Fachbeiräten,
- Unterstützung der Verbandsmitglieder bei lebensmittelfachlichen und lebensmittelrechtlichen Fragen,
- Darstellung des Leistungsspektrums des deutschen Lebensmittelhandels in der Öffentlichkeit.

© Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels e.V. (BVLH)
Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin
Tel.: 030 / 726 250 - 80 | Fax: 030 / 726 250 - 85
info@bvlh.net | www.bvlh.net

Fotohinweis: Tyler Olson/Shutterstock.com
Veröffentlicht im Juni 2016.