



## Aktionswoche „Zu gut für die Tonne!“: EDEKA rückt Lebensmittelwertschätzung in den Fokus

- Vom 29. September bis 6. Oktober begleitet EDEKA die bundesweite Aktionswoche gegen Lebensmittelverschwendung
- EDEKA-Befragung zeigt: Verbraucher:innen unterschätzen, wie viele Abfälle in Privathaushalten entstehen
- Unterschiedliche Maßnahmen und reichweitenstarke Kommunikation unterstreichen vielfältiges Engagement von EDEKA

Hamburg, 25. September 2024: Lebensmittel wertschätzen und Verschwendung reduzieren – das ist ein zentrales Anliegen des gesamten EDEKA-Verbunds. Um auch die Öffentlichkeit für das hohe Maß an Lebensmittelabfällen vor allem in den privaten Haushalten zu sensibilisieren, beteiligt sich EDEKA an der fünften Aktionswoche „Zu gut für die Tonne!“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), die vom 29. September bis zum 6. Oktober stattfindet. Die Aktionswoche ist Teil der *Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung*. Ziel: die Lebensmittelverschwendung auf Handels- und Konsumebene pro Kopf bis 2030 zu halbieren. Auch EDEKA hat sich diesem Ziel angeschlossen. Dafür arbeitet der Unternehmensverbund eng mit der Naturschutzorganisation WWF zusammen, um Food-Waste in der Lieferkette zu minimieren. 2024 liegt der Schwerpunkt der Aktionswoche auf der richtigen Einkaufsplanung und Lagerung von Lebensmitteln sowie der kreativen Resteverwertung. Als Deutschlands führender Lebensmittelhändler ist EDEKA Experte im Umgang mit Lebensmitteln und gibt diese Erfahrung mit Tipps und Anregungen stets an die Kund:innen weiter.

Der Start der Aktionswoche ist nicht zufällig gewählt, denn die Welternährungsorganisation hat den 29. September zum „International Day of Awareness of Food Loss and Waste“ erklärt. Weltweit werden wertvolle Lebensmittel viel zu häufig ohne Grund weggeworfen. In Deutschland kommen laut BMEL jährlich rund 11 Millionen Tonnen Lebensmittel zusammen, der Großteil davon (60 Prozent) fällt in privaten Haushalten an. Wie viel jede:r einzelne dazu beiträgt, ist vielen gar nicht bewusst: Eine repräsentative

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6  
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182  
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: [presse@edeka.de](mailto:presse@edeka.de)  
[verbund.edeka.de](http://verbund.edeka.de)





Erhebung<sup>1</sup> von EDEKA ergab, dass nur 17 Prozent der Befragten die Pro-Kopf-Menge an weggeworfenen Lebensmitteln mit fast 80 Kilogramm<sup>2</sup> richtig einschätzen – 58 Prozent unterschätzen sie. Erfreulich ist, dass immerhin 80 Prozent der befragten Menschen in Deutschland prüfen, ob ein Lebensmittel mit abgelaufenem Mindesthaltbarkeitsdatum noch genießbar ist. Mit knapp 83 Prozent erzielt die Gruppe der 30- bis 39-Jährigen dabei den höchsten Wert, bei den 18- bis 29-Jährigen sind es hingegen nur 75 Prozent. Die Zahlen sind über alle Altersgruppen hinweg jedoch ausbaufähig, denn 20 Prozent prüfen nur manchmal oder gar nie.

## Leicht umsetzbare Tipps für zuhause

EDEKA macht in den Märkten und reichweitenstark auf allen Kanälen auf die Aktionswoche und ihr Anliegen aufmerksam. Besondere Kennzeichnungen in der Obst- und Gemüseabteilung etwa geben Informationen zur richtigen Lagerung, da diese Agrarerzeugnisse von Lebensmittelverschwendung betroffen sind und am häufigsten weggeworfen werden. Auf Social Media wagt Creator Ahmad von [ahmadskueche](#) im Auftrag von EDEKA eine große Food-Waste-Challenge. Der Wissenschaftsjournalist und Nachhaltigkeitsexperte Dirk Steffens begleitet ihn dabei, wie er sechs Tage mit kreativen Rezeptideen auch die letzten Reste im Kühlschrank verarbeitet. ISS SO, der EDEKA-Ernährungspodcast mit Ernährungsexperte Achim Sam, widmet dem Thema Lebensmittelverschwendung ebenfalls eine komplette Folge.

## Große Nachhaltigkeitsaktion in 600 Märkten

In den Kalenderwochen 38 bis 48 finden deutschlandweit in mehr als 600 EDEKA-Märkten spezielle Nachhaltigkeits- und Verkostungsaktionen statt: Kund:innen können Gerichte aus der „Resteküche“ probieren, erhalten Tipps zur richtigen Lagerung und Zubereitung von Lebensmitteln und haben die Chance auf Gewinne am Glücksrad. Zusätzlich informieren Mitarbeiter:innen über gemeinsame Projekte mit dem WWF, durch die EDEKA den nachhaltigeren Anbau von Bananen und Zitrusfrüchten fördert, sowie über das Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“, das die Biodiversität in der deutschen Agrarlandschaft unterstützt.

---

<sup>1</sup> Online-Umfrage von EDEKA, an der im August 2024 knapp 1.000 Personen teilnahmen. Die Stichprobe und die Ergebnisse sind repräsentativ für die deutsche haushaltsführende Bevölkerung ab 18 Jahren.

<sup>2</sup> Quelle BMEL 2024: Etwa 79 Kilogramm werden pro Person und Jahr in Privathaushalten in Deutschland weggeworfen.

### EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6  
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182  
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: [presse@edeka.de](mailto:presse@edeka.de)  
[verbund.edeka.de](http://verbund.edeka.de)





Mehr Informationen zum Engagement von EDEKA gibt es unter: [edeka.de/food-waste](https://edeka.de/food-waste)

## **EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative**

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.400 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandelsebene die Rolle des Nahversorgers, der für Lebensmittelqualität und Genuss steht. Unterstützt werden sie von sieben regionalen Großhandelsbetrieben, die täglich frische Ware in die EDEKA-Märkte liefern und darüber hinaus von Vertriebs- bis zu Expansionsthemen an ihrer Seite stehen. Die Koordination der EDEKA-Strategie erfolgt in der Hamburger EDEKA-Zentrale. Sie steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne „Wir ♥ Lebensmittel“ und gibt vielfältige Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft. Fachhandelsformate wie trinkgut oder NATURKIND, die Kooperation mit online-basierten Lieferdiensten wie Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2023 mit rund 11.050 Märkten und rund 410.700 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 70,7 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

## **EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG**

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6  
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182  
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: [presse@edeka.de](mailto:presse@edeka.de)  
[verbund.edeka.de](https://www.verbund.edeka.de)

