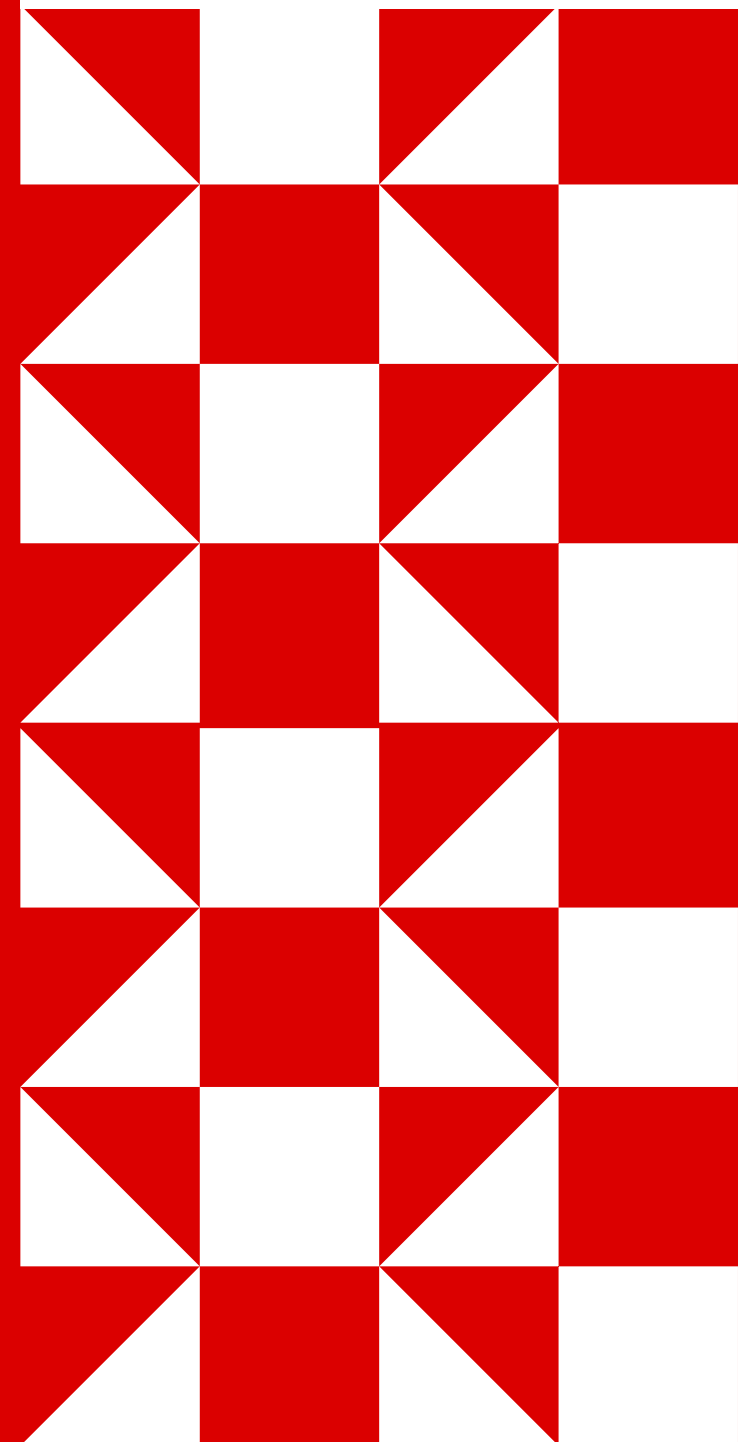


NACHHALTIGKEIT FÜR DEN STATIONÄREN LEBENSMITTELEINZELHANDEL

Playbook



Executive Summary

Ziel des Playbooks

- Praxisnaher Leitfaden für kleine und mittlere Lebensmitteleinzelhändler:innen, um relevante Nachhaltigkeitsthemen mit geringem Ressourceneinsatz systematisch zu identifizieren, zu bewerten und zu priorisieren.
- Überträgt die doppelte Wesentlichkeitsanalyse in ein vereinfachtes, praxisnahes Vorgehen und veranschaulicht dieses am fiktiven Beispielunternehmen „Supermarkt Muster GmbH“.

Ausgangslage

- Der deutsche LEH ist durch hohe Marktkonzentration, intensiven Preiswettbewerb und geringe Margen geprägt. Gleichzeitig wachsen die Anforderungen durch Regulierung, Lieferketten und veränderte Kund:innenerwartungen.
- Gerade kleineren und mittleren Händler:innen fehlen häufig Zeit, Ressourcen und geeignete Werkzeuge, um Nachhaltigkeit systematisch zu priorisieren und daraus konkrete Handlungsfelder abzuleiten.

Vorgehen in 5 Schritten (inkl. Anwendungstools)

- 1. Nachhaltigkeitsthemen identifizieren, 2. Outside-in-Perspektive bewerten, 3. Inside-out-Perspektive bewerten, 4. Wesentlichkeitsmatrix erstellen, 5. Maßnahmen priorisieren.
- Aufwand: rund drei Wochen mit wenigen Stunden je Fachbereich; Quick-Scan, Excel-Tool, Checklisten und Workshop unterstützen die Umsetzung ohne externe Beratung.

Ergebnis & Nutzen

- Eine nachvollziehbare Priorisierung der relevanten Nachhaltigkeitsthemen in einer Wesentlichkeitsmatrix als belastbare Entscheidungsgrundlage sowie konkrete Ansatzpunkte für passende Maßnahmen und nächste Schritte.

EINLEITUNG

Nachhaltigkeit gewinnt im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) zunehmend an Bedeutung. Grund dafür ist u.a., dass der LEH die Umwelt in vielfältiger Weise beeinflusst – von Treibhausgasemissionen (2022 allein 6,3 Mio. Tonnen CO₂ durch Energie- und Wärmeverbrauch) und hohem Wasserverbrauch über Lebensmittelverschwendung und Verpackungsabfälle bis hin zu Biodiversität und Flächennutzung. Gleichzeitig fehlen kleinen und mittleren Unternehmen häufig Zeit und geeignete Werkzeuge, um Nachhaltigkeit systematisch zu bewerten und zu priorisieren. Dieses Playbook überträgt die doppelte Wesentlichkeitsanalyse in ein praxisnahes Arbeitsinstrument für den LEH und begleitet Sie Schritt für Schritt bei der Erstellung Ihrer eigenen Wesentlichkeitsanalyse.

Zweck

Eine strukturierte Methode, um Nachhaltigkeitsthemen aus Wirkungs- und Finanzperspektive zu bewerten und zu priorisieren.

Nutzer

Kleine und mittlere Lebensmitteleinzelhändler.

→ Details auf der nächsten Seite.

Vorteile

Eine nachvollziehbare Priorisierung Ihrer Nachhaltigkeitsthemen, in wenigen Schritten und ganz ohne externe Beratung. Am Ende steht eine fertige Wesentlichkeitsmatrix als belastbare Entscheidungsgrundlage.

Anwendung

Mit der beigefügten Excel-Tabelle, dem Quick-Scan, der Checklisten und den Anleitungen direkt im eigenen Workshop.

Für wen ist dieses Playbook gemacht?

Das Playbook richtet sich an kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im Lebensmitteleinzelhandel, die Nachhaltigkeit strukturiert und praxisnah in ihre Unternehmenssteuerung integrieren möchten. Es unterstützt die relevanten Fachbereiche und Abteilungen bei der gemeinsamen Priorisierung wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen.

Diese Rollen arbeiten mit dem Playbook

- Filialleitung und Marktverantwortliche
- Nachhaltigkeitsmanagement (sofern vorhanden)
- Category Management und Einkauf
- Qualitätsmanagement
- Geschäftsführung kleiner und mittlerer Handelsunternehmen
- Verantwortliche für Logistik und Distribution

Typische Anlässe für den Einsatz

- Aufbau oder Überarbeitung der Nachhaltigkeitstrategie
- Anforderungen von Lieferanten oder Partnern
- Nachweise gegenüber Banken und Finanzierungspartnern
- Reaktion auf gestiegene Kundenerwartungen

Ihr Weg durch dieses Playbook



Kurzcharakteristik des Lebensmitteleinzelhandels

Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel (LEH) zählt zu den umsatzstärksten, zugleich aber margenschwächsten Branchen des Einzelhandels. Wenige große Akteure dominieren den Markt, der Wettbewerb wird zunehmend über den Preis ausgetragen. Der Druck, Nachhaltigkeit strukturiert zu adressieren, wächst spürbar, getrieben durch Regulierung, Lieferketten und veränderte Kundenerwartungen. Gerade kleinere Unternehmen stehen dabei vor besonderen Herausforderungen.

Marktstruktur:

Hoher Konzentrationsgrad: vier Handelsgruppen (EDEKA-Verbund, REWE Group, ALDI Nord & Süd und Schwarz Gruppe) vereinen 81% des Branchenumsatzes.

Wettbewerb & Margen:

Intensiver Preiswettbewerb (z. B. Lidl-Preiskampagne 2025) bei strukturell geringen Margen. Der Anteil von Eigenmarken am Umsatz steigt spürbar von 41 % (2021) auf 47 % (2025).

Regulatorischer Druck:

CSRD-Berichtspflicht (>1.000 MA & 450 Mio. € Umsatz), Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz sowie EU-Vorgaben zu Verpackung und Entwaldung erhöhen die Anforderungen an eine systematische Nachhaltigkeitssteuerung.

Relevanz für KMU:

Kleineren und mittleren Handelsunternehmen fehlen oft Zeit und Ressourcen für eine strukturierte Priorisierung. Nachhaltigkeit wird so zum Wettbewerbs- und Finanzierungsfaktor.

Unser Praxisbeispiel: Supermarkt Muster GmbH

Ein fiktives, typisches mittelständisches Handelsunternehmen begleitet Sie durch das gesamte Playbook. Anhand seiner Daten zeigen wir jeden Bewertungsschritt konkret, von der Themenidentifikation bis zur fertigen Wesentlichkeitsmatrix.



Rechtsform

Inhabergeführte GmbH,
drei Filialen



Standort

Kleinstadt, ländlich
geprägtes Einzugsgebiet



Ressourcen

Keine eigene
Nachhaltigkeitsabteilung



Mitarbeitende

ca. 65 Beschäftigte



Sortiment

Vollsortiment mit
regionalem
Frischeschwerpunkt



Herausforderungen

Steigende
Lieferantenanforderungen
bei knappem Budget

Ihr Fahrplan – Workshop (ab Seite 11 & Checkliste Seiten 15 & 16)

5-Schritte-Roadmap für Ihr Unternehmen



Kleiner Aufwand, große Wirkung: Der gesamte Zyklus lässt sich in rund drei Wochen mit wenigen Stunden Aufwand je Fachbereich durchlaufen, ganz ohne externe Beratung.



VOR DEM WORKSHOP

Individuelle Vorbereitung & relevante Daten sammeln



IM WORKSHOP

Gemeinsam bewerten, diskutieren & Ergebnisse in Excel festhalten

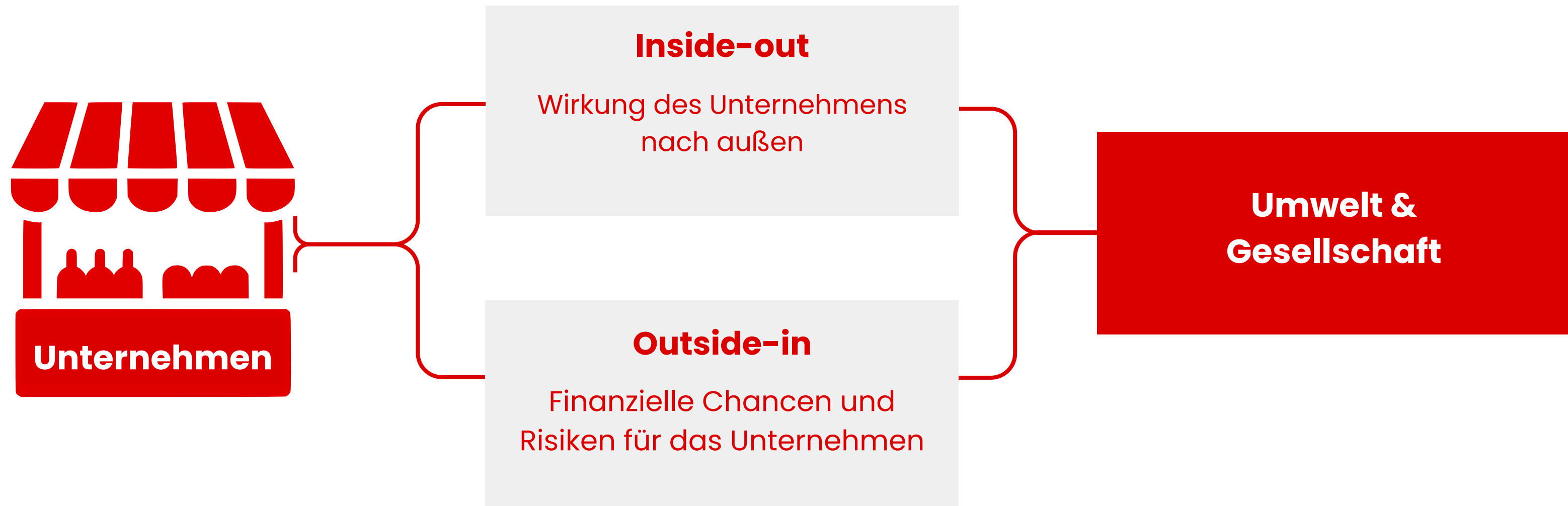


NACH DEM WORKSHOP

Ergebnisse finalisieren & Maßnahmen priorisieren

Zwei Blickrichtungen, eine Priorisierung

Ein Nachhaltigkeitsthema gilt als wesentlich, sobald es aus mindestens einer der beiden Perspektiven hoch relevant ist.

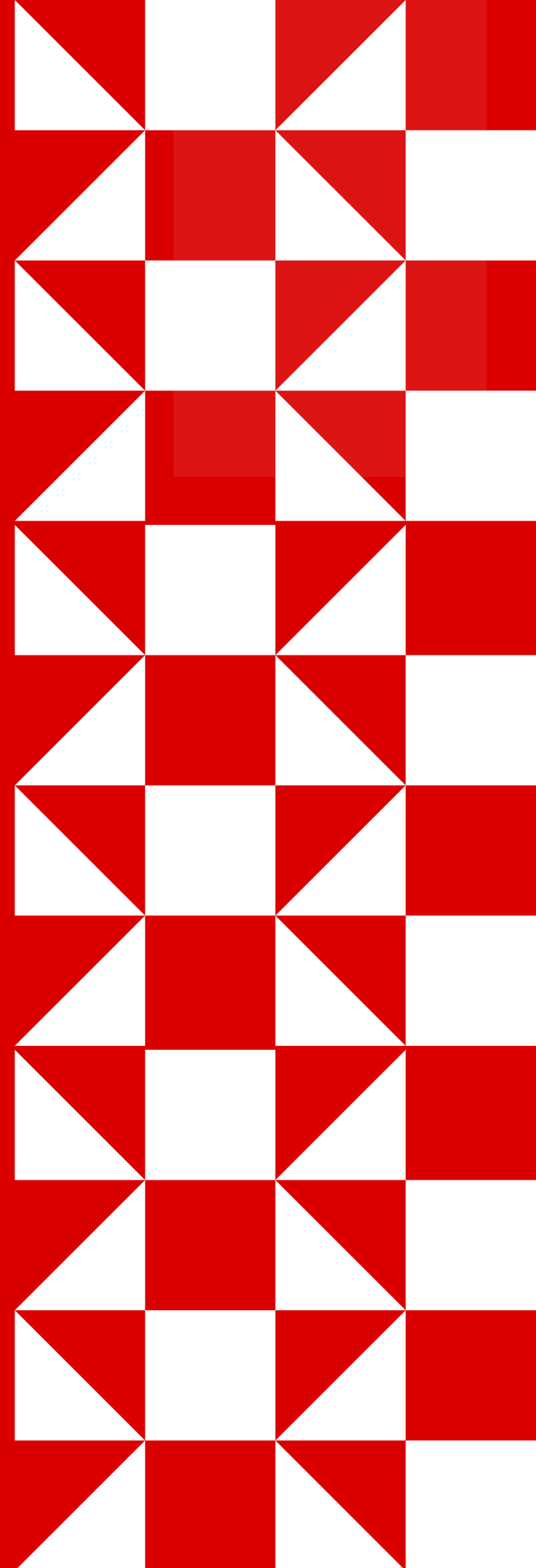


Beispiele Inside-out: z.B. Treibhausgasemissionen des Unternehmens

Beispiele Outside-in: z.B. Rohstoff- und Wasserknappkeit der betroffenen Region

SCHRITT 1

Themen identifizieren



Nachhaltigkeitsthemen identifizieren

Sammeln Sie zunächst alle Themen, die für Ihr Unternehmen relevant sein könnten. Orientieren Sie sich an den ESRS-Themenstandards, dem EU-weit einheitlichen Themenkatalog für Nachhaltigkeitsberichterstattung mit Bereichen wie Klimawandel, Ressourcen, Belegschaft und Verbraucher, und ergänzen Sie unternehmensspezifische Aspekte.

Werden Sie aktiv



Nutzen Sie dazu den Quick-Scan-Fragebogen (s. [Anlage](#)): geschlossene Fragen zu Energie, Sortiment, Abfall und sozialen Themen, die sich in wenigen Minuten pro Fachbereich beantworten lassen.

Quick-Scan-Fragebogen

Bearbeitungszeit

ca. 30 Minuten

Benötigte Rollen

variabel (z.B. Geschäftsleitung, Einkauf)

Material

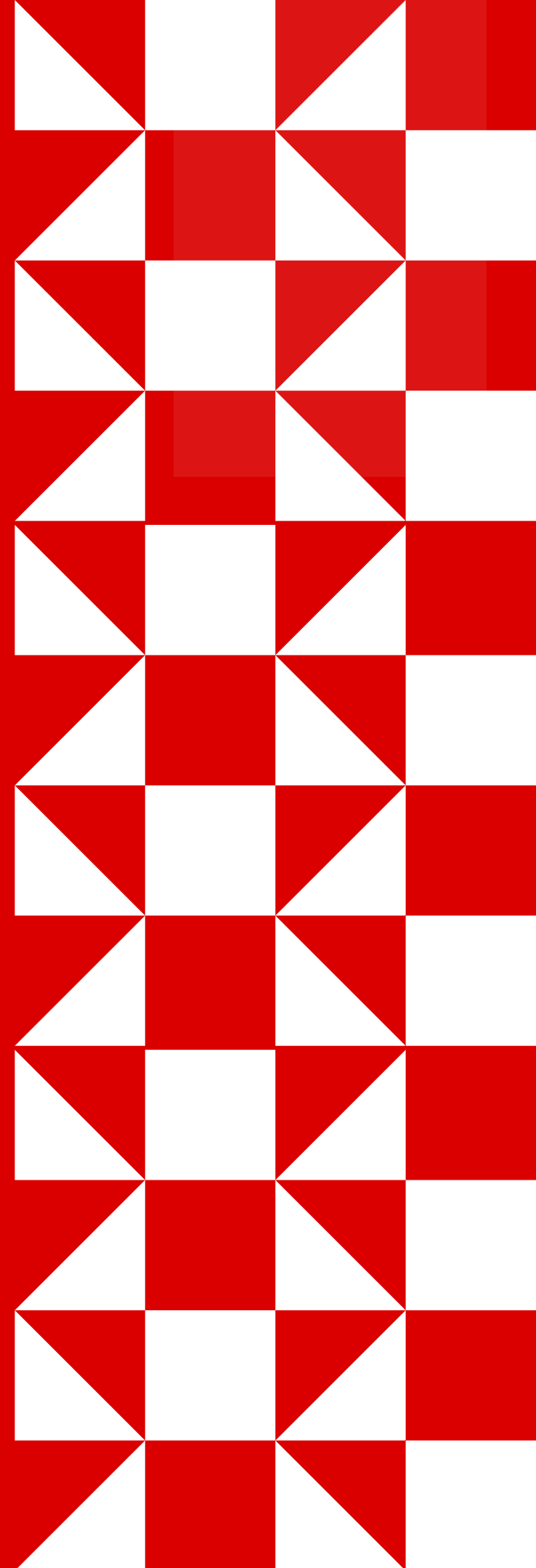
Quick-Scan-Fragebogen in der [Anlage](#) 

Ergebnis

Vorläufige Liste priorisierbarer Themen

SCHRITT 2 + 3

Themen bewerten



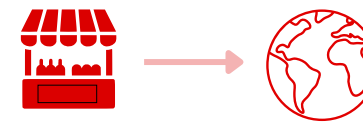
Themen bewerten: eine Skala, zwei Perspektiven

Fünfstufige Punkteskala

Punkte	Bedeutung
1	Sehr geringe Relevanz
2	Geringe Relevanz
3	Mittlere Relevanz
4	Hohe Relevanz
5	Sehr hohe Relevanz

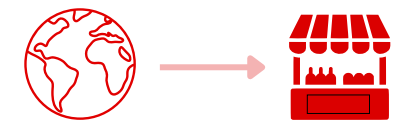
Zwei Perspektiven

Inside-out



- Intensität der Auswirkung
- Reichweite betroffener Akteure
- Dauer der Umkehrbarkeit
- Betroffene Stufen Wertschöpfungskette

Outside-in



- Kostenwirkung
- Umsatz- und Nachfrageentwicklung
- Regulatorische Anforderungen
- Reputation & Wettbewerb

Ein Thema wird als wesentlich eingestuft, sobald es in beiden Dimensionen einen Wert über 3 erreicht. Bewerten Sie nie allein, binden Sie z.B. Einkauf, Filialleitung und Geschäftsführung gemeinsam ein, um subjektive Verzerrungen zu vermeiden. Nutzen Sie zudem die zur Verfügung gestellten oder eigens recherchierten Benchmarks der Branche.

So sieht eine Bewertung konkret aus

Beispiel: Lebensmittelverluste (Food Waste) der Supermarkt Muster GmbH

Inside-out

4,5 Punkte

Warum?

- Branchenbenchmark:
2,5 % Abschriftenquote
- Supermarkt Muster GmbH:
7 % Abschriftenquote

Die Lebensmittelverluste liegen deutlich über den Branchendurchschnitt. Dadurch entstehen vermeidbare Umweltbelastungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Bewertung

Sehr hohe Impact-Relevanz (4,5)

Outside-in

3,8 Punkte

Warum?

- Abschriftenquote von 7 % führt zu hohen Warenwertverlusten.
- Zusätzlich entstehen Entsorgungs- und Logistikkosten.

Dies führt zu sinkender Marge und steigendem Kostendruck.

Bewertung

Hohe finanzielle Relevanz (3,8)

Weitere Beispiele für Benchmarks aus dem LEH auf der nächsten Seite

Weitere Benchmarks aus dem LEH

Beispiel

Energie- verbrauch

Stromverbrauch

289 kWh/m²
Verkaufsfläche p.a.

Wärmeenergie

89 kWh/m²
Verkaufsfläche p.a.

[13, 14]

Verpackungs- material

Verpackungsabfall

≈ 50 kg/m² VKF p.a.

Orientierungsbenchmark
aus eigener Berechnung
auf Basis von Daten ALDI
Nord & Kaufland
Deutschland, 2021/22

[6, 15, Orientierungsbenchmark aus
eigener Berechnung aus 3, 23]

Treibhausgas- emissionen

Treibhausgas- emissionen

≈ 36 kg CO₂e/m² p.a.
Scope 1 + 2

Orientierungsbenchmark aus
eigener Berechnung auf Basis
von Daten ALDI Nord &
Kaufland Deutschland,
2022/23

[18, Orientierungsbenchmark aus
eigener Berechnung aus 3, 23]

Wasser- verbrauch

Wasserverbrauch

≈ 425 l/m² VKF p.a.

Orientierungsbench-
mark, Median aus
ALDI Nord, Kaufland,
REWE & METRO

[Orientierungsbenchmark aus eigener
Berechnung aus 3, 23, 28, 32]

Anteil regionaler Käufer

Regionale Produkte

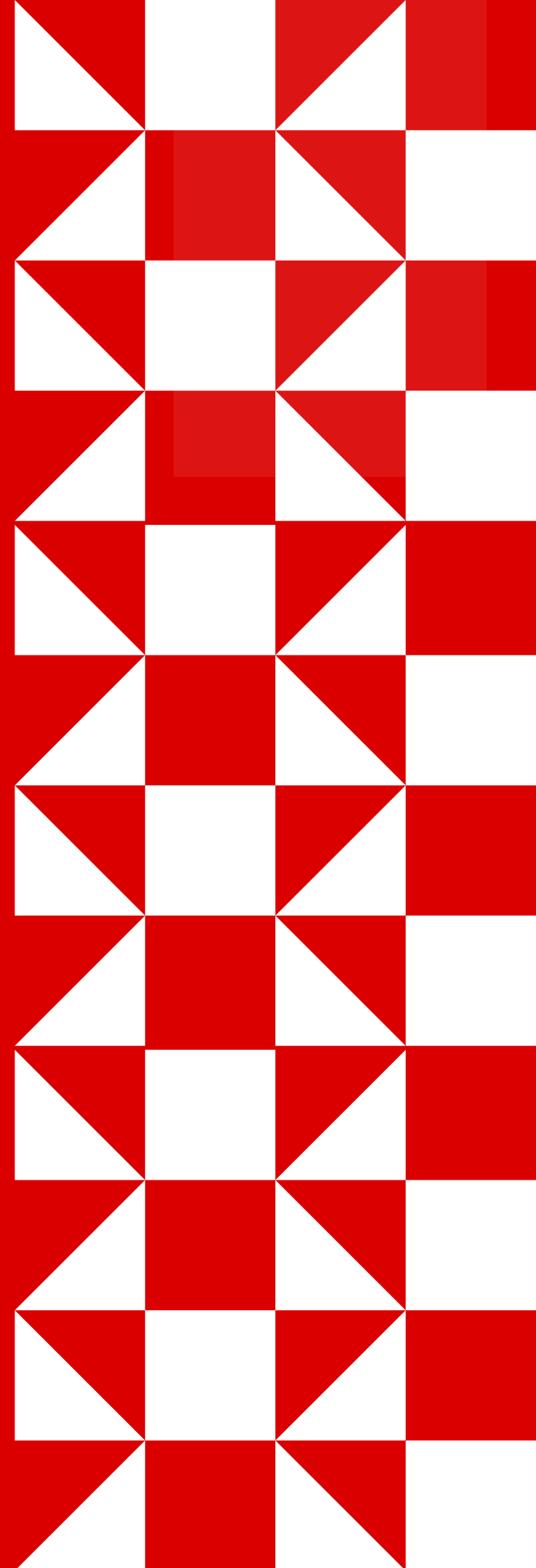
91 % der Konsu-
menten kaufen
regelmäßig regionale
Produkte

53,2 % = „Regionalfans“
37,5 % = regelmäßige
Regionalkäufer

[21, 32]

SCHRITT 4 +5

**Matrix erstellen +
Maßnahmen priorisieren**



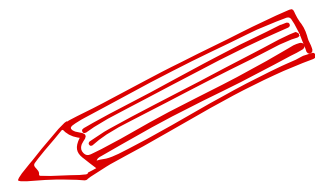
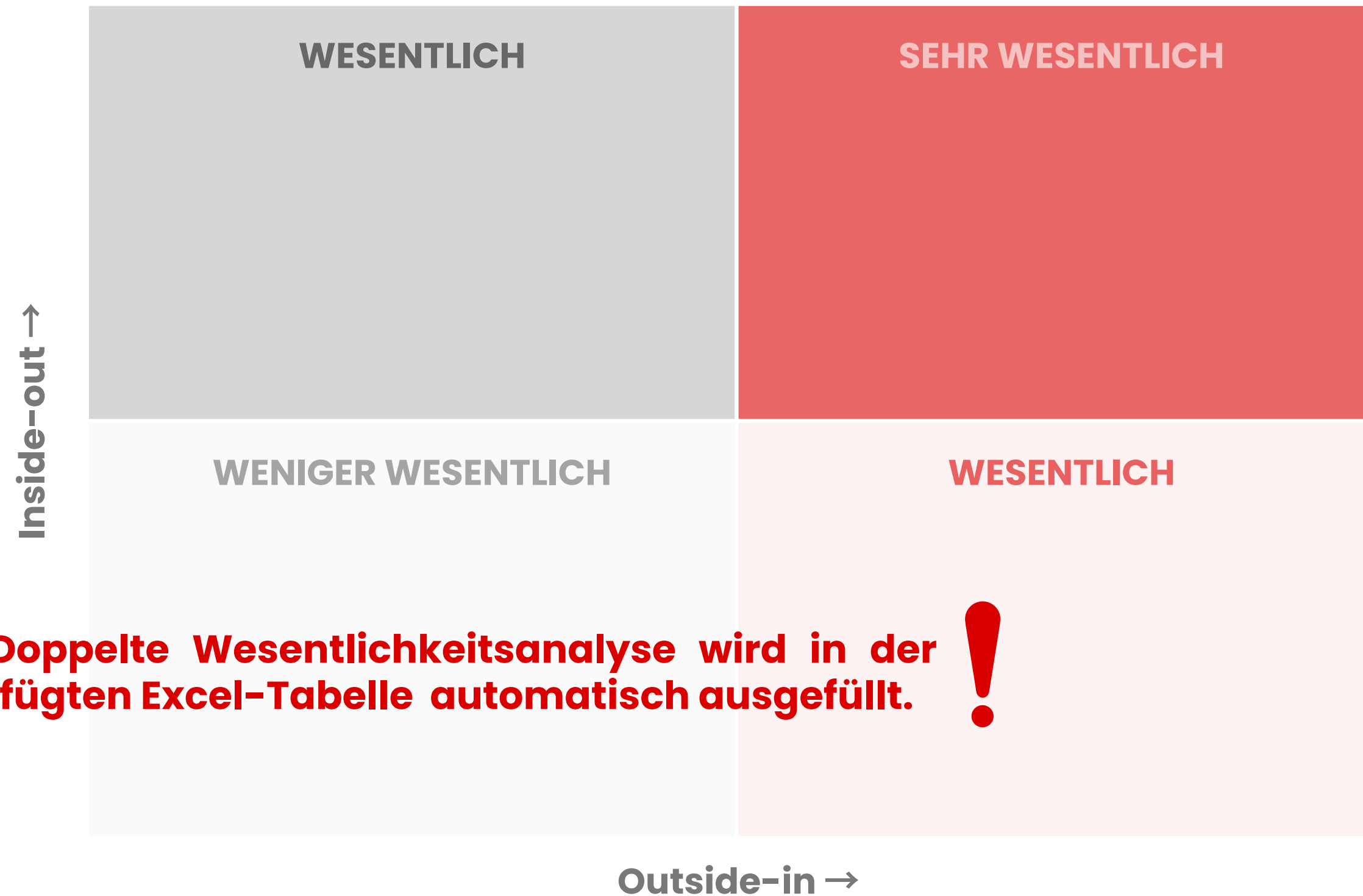
Ziel: Doppelte Wesentlichkeitsmatrix



Die Matrix führt die Ergebnisse der Inside-out Bewertung und der Outside-in Bewertung zusammen und zeigt auf einen Blick, wie wesentlich ein Thema für Ihr Unternehmen insgesamt ist.

*Stakeholder = jede Person, Gruppe oder Institution, die ein berechtigtes Interesse an den Aktivitäten und dem Erfolg des Unternehmens hat oder von dessen Entscheidungen direkt betroffen ist.

Vorlage Doppelte Wesentlichkeitsmatrix

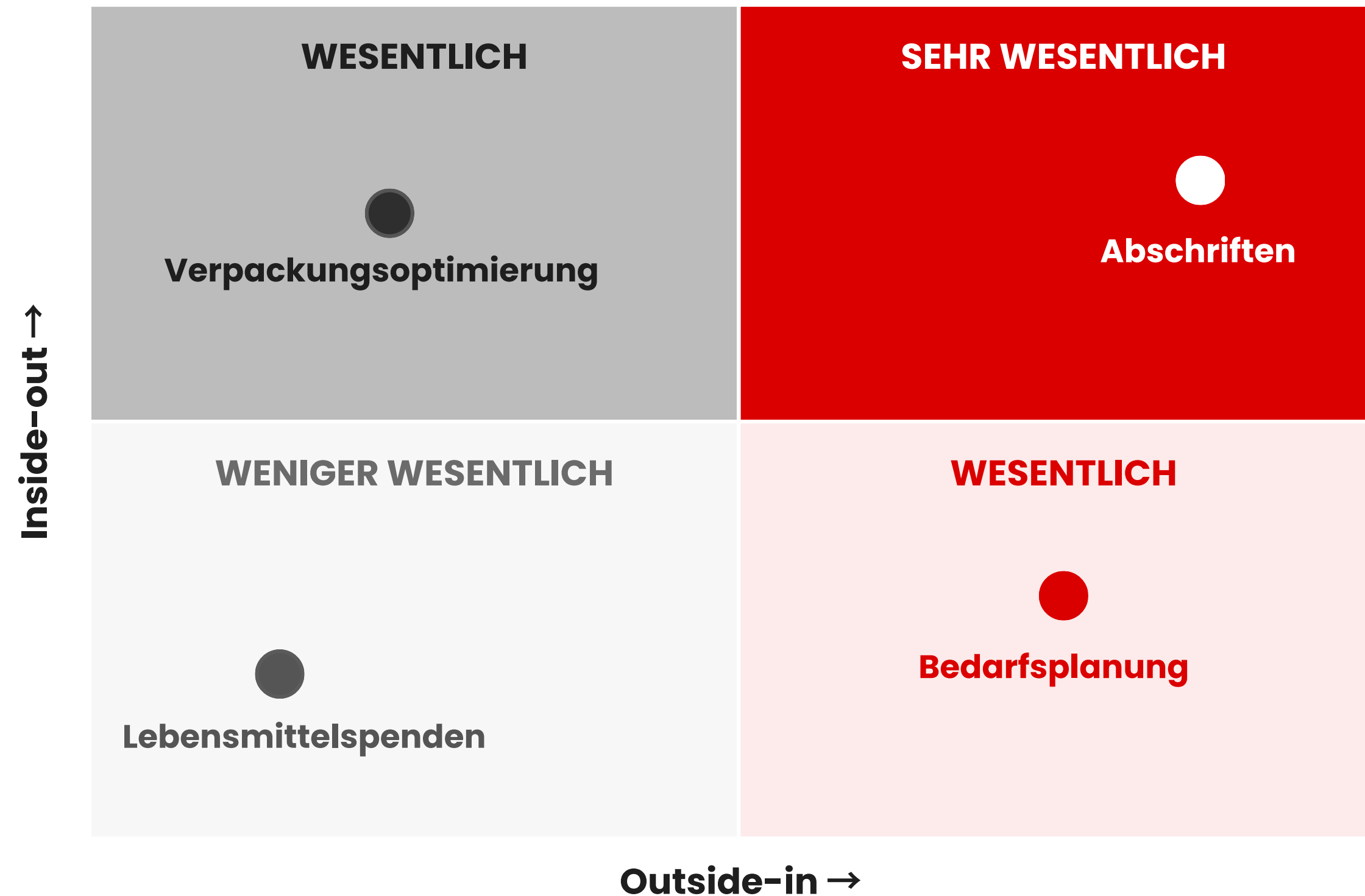


Ihre Doppelte Wesentlichkeitsanalyse wird in der beigefügten Excel-Tabelle automatisch ausgefüllt.

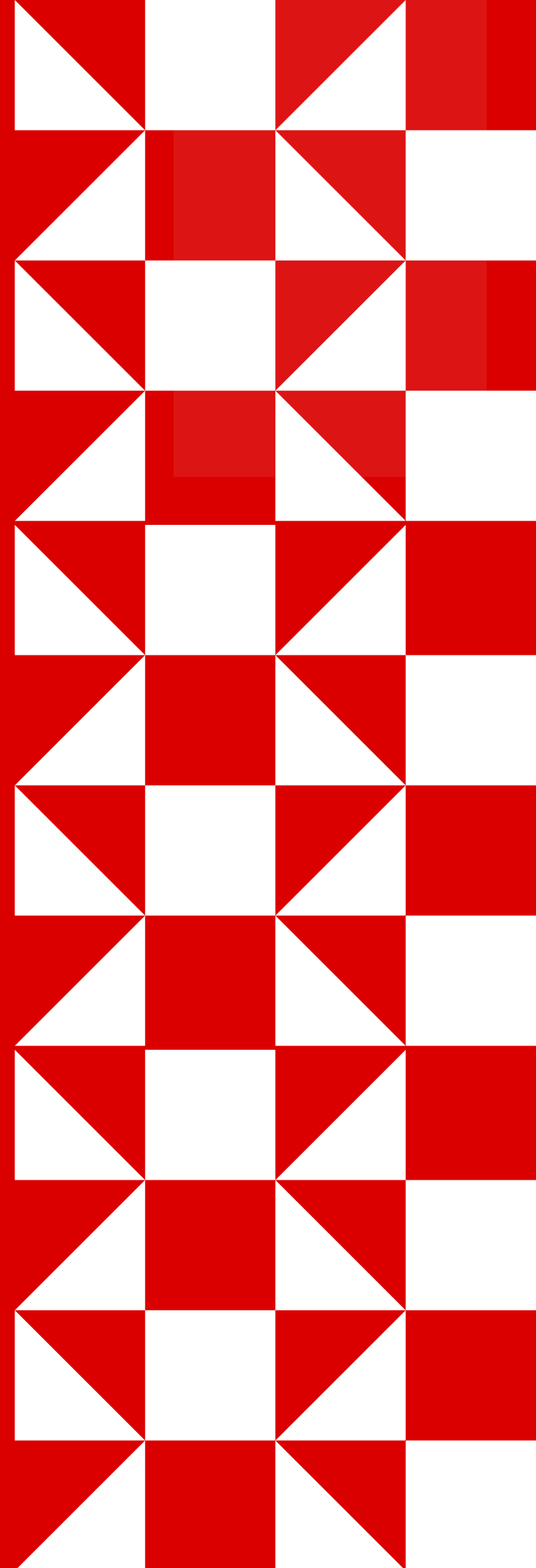


Beispiel: Ergebnisse für die Supermarkt Muster GmbH

Beispiel: Lebensmittelverluste (Food Waste)



Der Ablauf im Überblick



Checkliste: Bereiten Sie den Workshop vor

VOR dem Workshop

- ☐ Rollen festgelegt (Moderation, Protokoll, Fachbereiche)
- ☐ Termin mit Geschäftsführung, Einkauf, Filialleitung fixiert
- ☐ Quick-Scan-Fragebogen vorbereitet und verteilt
- ☐ Raum & Material (Moderationskarten, Flipchart) organisiert
- ☐ Zeitrahmen von 60-120 Minuten kommuniziert



Der Quick-Scan-Fragebogen kann auch schon im Vorhinein ausgefüllt werden, passen Sie das Vorgehen einfach flexibel auf Ihre zeitliche Kapazität und Möglichkeiten an. Am besten füllen Sie den Fragebogen mit mehreren Personen aus, um diesen validieren zu lassen.

Checkliste: Ihr Workshop

WÄHREND/NACH dem Workshop

- ☐ Relevante Themen mit Quick Scan identifizieren (Excel Reiter 1_Quick Scan)
- ☐ Alle Themen mit beiden Punktzahlen bewertet (Excel Reiter 3_Doppelte_Wesentlichkeit)
- ☐ Begründung je Bewertung dokumentiert (Excel Reiter 3_Doppelte_Wesentlichkeit)
- ☐ Themen in die Wesentlichkeitsmatrix übertragen (automatisch in Excel Reiter 4_Wesentlichkeitsmatrix)
- ☐ Erste Maßnahmen je Quadrant notiert
- ☐ Ergebnisprotokoll an alle Teilnehmenden verteilt

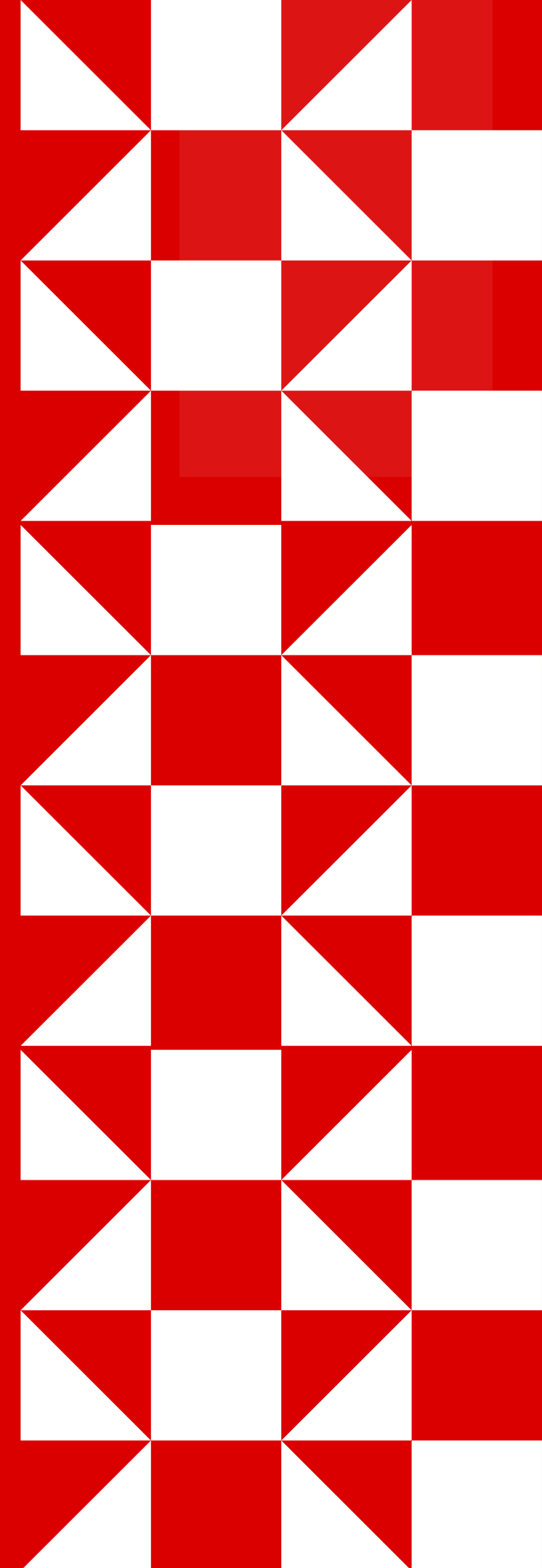


Nutzen Sie die fertige Wesentlichkeitsmatrix als Grundlage für konkrete Maßnahmen. Legen Sie Verantwortlichkeiten, Prioritäten und einen Termin für die nächste Überprüfung fest.

Beim Bearbeiten bitte folgende Risiken beachten:

Risiko	Mögliche Auswirkung	Gegenmaßnahme
Subjektive Einzelbewertung	Verzerrte Priorisierung, geringe Akzeptanz im Team	Bewertung interdisziplinär im Workshop durchführen
Fehlende Datenbasis	Bewertung beruht auf Schätzungen statt Fakten	Verfügbare Kennzahlen (Energie, Abfall) vorab sammeln
Zeitaufwand unterschätzt	Workshop wird abgebrochen oder oberflächlich	Realistische 60–120 Minuten einplanen, Moderation festlegen
Einmalige Durchführung	Matrix veraltet, Themen verlieren Aktualität	Wesentlichkeitsanalyse jährlich oder anlassbezogen wiederholen

**Next Steps &
mögliche Maßnahmen
entdecken**



Next Steps

Sie haben nun Ihre Nachhaltigkeitsthemen identifiziert, bewertet und in eine Wesentlichkeitsmatrix überführt. Damit ist ein wichtiger Schritt geschafft. Nun geht es darum, dranzubleiben.

1

Ergebnisse mit Kolleg*innen teilen und Quick Wins zuweisen

2

Fortschritt sichtbar machen, nach 4-6 Wochen Ergebnis prüfen

3

Analyse wiederholen, um mit veränderten Rahmenbedingungen Schritt zu halten
→ z.B. jährliche Aktualisierung



Auf den nächsten Seiten können Sie als Inspiration innovative Maßnahmenvorschläge entdecken.

Mögliche Maßnahmen Food Waste

Kühlkette überwachen

PROBLEM

Schnelle Verderblichkeit von Obst & Gemüse. Food Waste aufgrund von Handling- oder Supply Chain Fehlern (Kälteschäden,...).

LÖSUNG

Sensorbasierte Systeme erfassen Temperatur, Luftfeuchtigkeit und Luftqualität in Lager- und Kühlräumen kontinuierlich und schlagen bei kritischen Abweichungen automatisch Alarm.

NUTZEN

Weniger Qualitätsverluste, Energieeinsparung und bessere Planbarkeit durch frühzeitige Risikoerkennung und vorausschauende Wartung.

START-UPS

SkoneLabs

Verderb verhindern

PROBLEM

Schnelle Verderblichkeit von Obst und Gemüse u.a. durch Schimmelbildung.

LÖSUNG

Pflanzenbasierte Wirkstoffe oder essbare Beschichtungen für Obst- und Gemüse, die Schimmelbildung verhindern und Feuchtigkeit binden.

NUTZEN

Verlängerte Haltbarkeit reduziert Lebensmittelverluste entlang der Lieferkette.

START-UPS

Agreenet, AgrosSustain

Reifegase filtern

PROBLEM

Ethylen und andere Reifegase beschleunigen den Verderb von Obst und Gemüse in Lager- und Kühlräumen.

LÖSUNG

Filtersysteme binden Reifungs- und Alterungsgase aus der Luft in Lager- und Kühlräumen und verlangsamen so den Reifeprozess.

NUTZEN

Verlangsamte Reifung reduziert Ausschuss bei empfindlicher Frischware.

START-UPS

Purespace

Bedarfsprognosen automatisieren

PROBLEM

Out-of-Stock-Situationen und Food Waste durch schwankenden, schwer vorhersehbaren Bedarf.

LÖSUNG

KI-gestützte Prognosemodelle werten Verkaufs-, Wetter- und weitere Einflussdaten aus, um Bestell- und Produktionsmengen automatisiert zu optimieren.

NUTZEN

Automatisierte, datenbasierte Bestellvorschläge können Fehlmengen und Überbestände reduzieren. Bei frische-empfindlichen Sortimenten ist die Umsetzung jedoch noch nicht durchgängig gelöst: Mehrere große Handelsketten testen oder überarbeiten ihre Systeme derzeit noch.

START-UPS

Foodforecast, FreshFlow, Circly

Innovative Start-Ups näher erläutert

Start-Up	Beschreibung
SkoneLabs 	KI-gestützte Sensorik überwacht Temperatur, Luftfeuchtigkeit, Luftqualität und Gase in Echtzeit, warnt automatisch bei Risiken und gibt konkrete Handlungsempfehlungen.
Agreenet 	Pflanzenbasierte Wirkstoffe, in kleinen Beutel für Obst und Gemüse Kisten, die Schimmelbildung verhindern. In Testbetrieben zeigt sich 10 bis 25 Tage längere Haltbarkeit und bis zu 40 % weniger Verluste.
AgroSustain 	Essbare, pflanzenbasierte Beschichtung direkt auf Obst und Gemüse verlängert die Frische.
Purespace 	Filter, die bis zu 90 % Ethylen (Reifungs- & Alterungsgas für Obst und Gemüse) aus der Luft filtern und somit die Frische verlängern. In Pilottests mit großen Handelsketten 20–30 % weniger Food Waste.
Foodforecast 	KI-basierte Absatzprognose (automatisierte intra-day Produktions- und Bestellentscheidungen). Bis zu 11% mehr Umsatz und bis zu 34% weniger Food Waste.
FreshFlow 	KI-Bestellprognosen speziell für Obst- & Gemüse im Handel. Bis zu 4% mehr Einnahmen und bis zu 30% weniger Food Waste.
Circlly 	KI-Tool für Absatzprognosen und Bestellvorschläge, für kleinere Händler nutzbar.

Maßnahmen Verpackung & Kreislauf

Mehrwegsysteme

PROBLEM

Einwegverpackungen für trockene Produkte (Nüsse, Hülsenfrüchte) verursachen dauerhaften Verpackungsmüll.

LÖSUNG

Standardisierte Mehrwegverpackungen, die über bestehende Pfandinfrastruktur am Automaten zurückgenommen, gereinigt und wiederbefüllt werden.

NUTZEN

Geschlossener Kreislauf ohne zusätzliche Infrastruktur im Markt.

START-UPS

CU Mehrweg

Upcycling

PROBLEM

Nicht mehr verkaufsfähige, aber grundsätzlich verwertbare Lebensmittelreste werden meist kostenpflichtig entsorgt.

LÖSUNG

Dezentrale Recyclinganlagen wandeln organische Reststoffe mithilfe von Insektenlarven direkt am Standort in hochwertiges Protein für die Tierfutterproduktion um.

NUTZEN

Eingesparte Entsorgungskosten und Ersatz umweltschädlicher Futtermittel wie Fischmehl und Soja.

START-UPS

Omnivore Recycling

Kühlen ohne Kältemittel

PROBLEM

Konventionelle Kälteanlagen nutzen klimaschädliche Kältemittel. Deren Einsatz wird durch Vorschriften zunehmend eingeschränkt.

LÖSUNG

Magnetokalorische Kühltechnologie setzt beschichtete Materialien ein, die sich beim Anlegen eines Magnetfelds erwärmen und beim Entfernen abkühlen. Ein Medium transportiert die entstehende Wärme oder Kälte, ein klassisches Kältemittel ist nicht nötig.

NUTZEN

Kühltechnik unabhängig von regulatorischen Vorgaben für Kältemittel, einsetzbar für unterschiedliche Temperaturbereiche.

START-UPS

Magnotherm Solutions

Innovative Start-Ups näher erläutert

Start-Up	Beschreibung
<u>CU Mehrweg</u> 	Pfandsystem mit wiederverwendbaren Bechern für trockene Produkte wie Nüsse oder Gummibärchen. (Analog zu Getränkeflaschen) Befindet sich bereits im Pilotbetrieb bei mehreren großen Handelsketten.
<u>Omnivore Recycling</u> 	Insektenlarven verwerten Lebensmittelreste vor Ort zu Protein für Tierfutter. Bei einem EDEKA bereits im Einsatz.
<u>Magnotherm Solutions</u> 	Magnetfeldbasierte Kühltechnologie funktioniert komplett ohne klassisches Kältemittel. In verschiedenen Supermärkten und Geschäften im Einsatz.

Quellen

1. Agreenet. (o. D.). Less food waste for a fresher future. <https://agreenet.it/en/>
2. Agrosustain. (o. D.). Pioneering with nature. <https://www.agrosustain.ch/new-afondo-1>
3. Aldi Nord Nachhaltigkeitsbericht: <https://www.aldi-nord.de/unternehmen/verantwortung.html>
4. Anders, S. M. (2008). Imperfect competition in German food retailing: Evidence from state level data. Atlantic Economic Journal, 36(4), S. 441–454. <https://doi.org/10.1007/s11293-008-9136-8>
5. Schweikert, Vanessa (2022) : Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz: Chancen und Herausforderungen, Beiträge der Hochschule Pforzheim, No. 178, <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:951-opus-1633>
6. Cayé, N., Größl, B., Müller, S., Nguyen, U., & Schöler, K. (2026). Aufkommen und Verwertung von Verpackungsabfällen in Deutschland im Jahr 2023. <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/aufkommen-verwertung-von-verpackungsabfaellen-in>
7. Circly. (o. D.). Sicher bestellen. Jeden Tag. <https://circly.at>
8. CU Mehrweg. (o. D.). Das neue Pfand-Mehrwegsystem für Lebensmittel im Supermarkregal. <https://www.cu-mehrweg.com>
9. Deutsche Energie-Agentur. (Hrsg.). (2023). Fokusthemen Einzelhandel in Deutschland. https://www.dena.de/fileadmin/dena/Publikationen/PDFs/2024/GEFO_Fokusthemen_Einzelhandel.pdf
10. Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK). (2025). Prozessleitfaden zur Umsetzung einer CSRD-konformen doppelten Wesentlichkeitsanalyse (Aktualisierung nach der Erprobung, Stand: 01.07.2025). <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/media/1yohdluy/aktualisierter-dnk-prozessleitfaden-fuer-die-doppelte-wesentlichkeitsanalyse.pdf>
11. DFG – Institute for Energy, Ecology and Economy. (2025). Doppelte Wesentlichkeit einfach erklärt. <https://dfge.de/doppelte-wesentlichkeit-erklart/>
12. Dobson, P. W., Clarke, R., Davies, S., & Waterson, M. (2001). Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European Union. Journal of Industry, Competition and Trade, 1(3), S. 247–281. <https://doi.org/10.1023/A:1015268420311>
13. EHI Retail Institute. (2023). Energiemanagement im Einzelhandel 2023. <https://www.ehi.org/produkt/studie-energiemanagement-im-einzelhandel-2023-pdf/>
14. EHI Retail Institute. (2025). Energiemanagement im Einzelhandel 2025. <https://www.ehi.org/produkt/studie-energiemanagement-im-einzelhandel-2025-pdf/>
15. EHI Retail Institute & GSI Germany. (2011). Verpackung und Produktschutz. EHI Retail Institute. <https://www.ehi.org/produkt/studie-verpackung-und-produktschutz-pdf-version/>
16. Europäische Kommission. (2024, 9. August). Berichtigung der Delegierten Verordnung (EU) 2023/2772 der Kommission vom 31. Juli 2023 zur Ergänzung der Richtlinie 2013/34/EU des Europäischen Parlaments und des Rates durch Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Amtsblatt der Europäischen Union. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=OJ:L_202490457
17. Foodforecast. (o. D.). Die richtige Menge zur richtigen Zeit. <https://foodforecast.com/>
18. Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI. (2023). CO2-Emissionen im Einzelhandel: Studie für die Klimaschutzoffensive des Handels –Handelsverband Deutschland HDE – e.V. <https://www.isi.fraunhofer.de/de/competence-center/energietechnologien-energiesysteme/projekte/CO2-Emissionen-im-Einzelhandel.html>
19. Freshflow. (o. D.). Fresh deserves its own intelligence. <https://freshflow.ai>
20. Handelsdaten. (2025). Marktanteile von Herstellermarken und Handelsmarken im deutschen Lebensmitteleinzelhandel in den Jahren 2021 bis 2025 nach Markentyp. <https://www.handelsdaten.de/deutschsprachiger-einzelhandel/2025-marktanteile-herstellermarken-handelsmarken-leh-fmcg>
21. Handelsverband Deutschland (HDE). (2025). Handelsreport Frischelebensmittel 2025. https://einzelhandel.de/images/publikationen/Handelsreport_Frischelebensmittel_2025.pdf
22. Haucap, J., Heimeshoff, U., Klein, G. J., Rickert, D., & Wey, C. (2013). Wettbewerbsprobleme im Lebensmitteleinzelhandel (DICE Ordnungspolitische Perspektiven Nr. 48). Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Düsseldorf Institute for Competition Economics. <https://www.econstor.eu/handle/10419/88409>
23. Kaufland Nachhaltigkeitsbericht: https://unternehmen.kaufland.de/nachhaltigkeit/unser-nachhaltigkeitsbericht.html?utm_source=com
24. Keller, O., Sager, R., Schader, C., Jungmichel, N., & Teriete, M. (2022). Wie nachhaltig sind die deutschen Supermärkte? Systematische Bewertung der acht umsatzstärksten Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland aus Umweltsicht (Texte 107/2022). Umweltbundesamt. https://www.umweltbundesamt.de/system/files/medien/479/publikationen/texte_107-2022_wie_nachhaltig_sind_die_deutschen_supermaerkte.pdf
25. Kolf, F. (2025, 20. Juni). Kommentar: Darum ist Lidl's Preiskampagne ein Kampf ohne Sieger. Handelsblatt. <https://www.handelsblatt.com/meinung/kommentare/kommentar-darum-ist-lidls-preiskampagne-ein-kampf-ohne-sieger/100134465.html>
26. Kuntscher, M., & Schmidt, T. (2025). Pakt gegen Lebensmittelverschwendung im Groß- und Einzelhandel: Ergebnisbericht zum Monitoring 2024 (Thünen Working Paper Nr. 276). Johann Heinrich von Thünen-Institut. <https://doi.org/10.3220/253-2025-214>
27. Magnotherm. (o. D.). Wo magnetische Kühlung ihre ganze Anziehungskraft entfaltet: Anwendungen für kältemittelfreie Kühlung. <https://www.magnotherm.com/de/solutions>
28. Metro ESG-Kennzahlenbericht 2023/24: https://berichte.metroag.de/esg-kennzahlenbericht/2023-2024/?utm_source=com
29. Omnivore Recycling. (o. D.). Recycling für Lebensmittelreste. <https://omnivore-recycling.com>
30. Purespace. (o. D.). Freshness innovation. <https://purespace.io/>
31. REWE Group. (2018). Nachhaltigkeitsbericht 2018 nach GRI-Standards. https://rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de/downloads/rewe_group-nachhaltigkeitsbericht_nach_gri-standards_2018.pdf
32. Rüsch, S., Weisser, K., Ax, A., Bauer, J., Deppisch, H., Jüdiges, L., Mertz, M., Sauer, K., & Wander, B. (2026). Regionalität im LEH: Ergebnisse einer Kundenbefragung (Whitepaper Nr. 66). Kompetenznetzwerk Handel, DHBW Heilbronn. <https://handel-dhbw.de/schriftenreihe/whitepaper/regionalitaet-im-leh-ergebnisse-einer-kundenbefragung/>
33. Skonelabs. (o. D.). Monitoring tells us now, intelligence prepares us for tomorrow. <https://www.skonelabs.com/#hero>
34. von Schlippenbach, V., & Pavel, F. (2011). Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel: Hersteller sitzen am kürzeren Hebel. DIW Wochenbericht, 78(13), S. 2–9. https://www.diw.de/de/diw_01.c.455413.de/publikationen/wochenberichte/2011_13_1/konzentration_im_lebensmitteleinzelhandel__hersteller_sitzen_am_kuerzeren_hebel.html

NACHHALTIGKEIT FÜR DEN STATIONÄREN LEBENSMITTELEINZELHANDEL

Dieses Playbook wurde erstellt von:

Duale Hochschule Baden-Württemberg Heilbronn

Sina Dietl · Lisa Baier · Emily Lang · Marie Luise Standke · Philipp Wand

Wissenschaftliche Betreuung: Prof. Dr. Carolyn Hutter

Kontakt:

Prof. Dr. Carolyn Hutter

carolyn.hutter@dhbw.de

www.heilbronn.dhbw.de/fm

In Kooperation mit:

