

Voedselverspilling in supermarkten in 2023

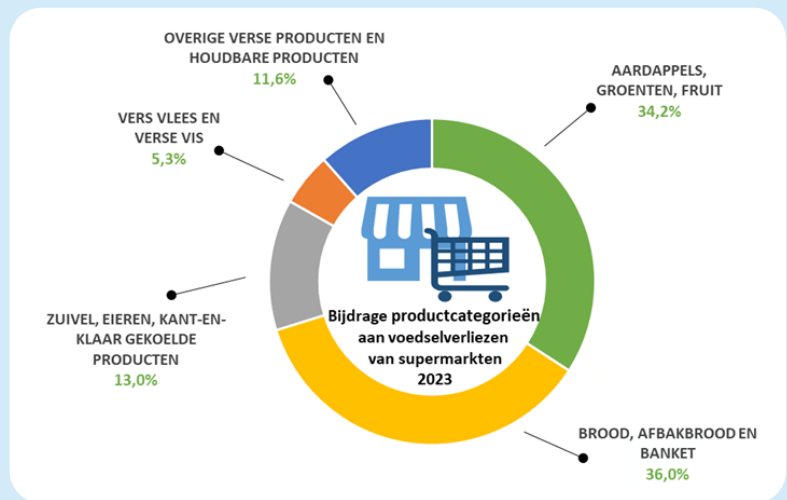
Over 2023 is de totale verspilling in de retail verder gedaald naar **0,89% van het inkoopvolume** als we de Europese definitie van voedselverspilling hanteren. Dat is als het voedsel niet naar mens of dier gaat. [Lees hier het hele persbericht.](#)



In de vorige rapportages over voedselverspilling in de retail, werd nog uitgegaan van verliezen: het totaal van producten dat niet naar mensen gaat. Dat was 1,38% van het inkoopvolume van 2022. Als we diezelfde definitie nu hanteren, zou het percentage verliezen over 2023 1,21% zijn. In onderstaande figuren gaan we ook weer uit van diezelfde definitie om de jaren goed te kunnen vergelijken.

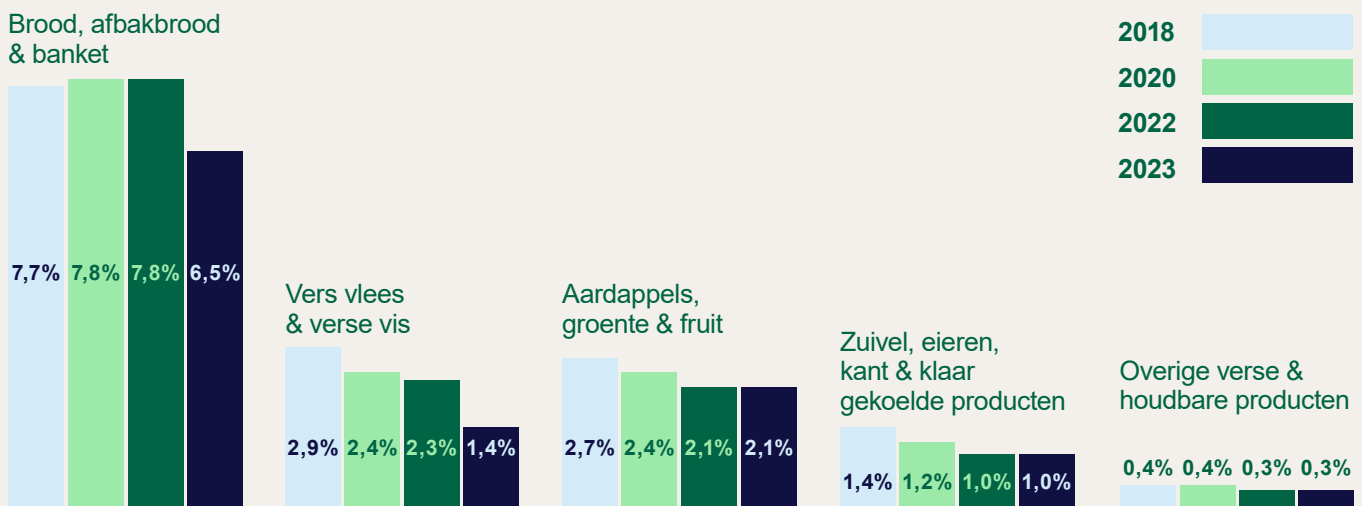
Verliezen in productcategorieën

Bijdrage hoofdproductcategorieën aan levensmiddelen die de consumenten niet bereikten vanuit supermarkten in 2023:



Bron diagram: Wageningen University & Research.

Verliezen t.o.v. inkoopvolumes per categorie



Bekijk hier de verdelingen van [2022](#), [2020](#) en [2018](#).

[Kijk hier voor voorbeelden](#) van de aanpak van stakeholders van Samen Tegen Voedselverspilling.

Bron cijfers:

Het onderzoek is geïnitieerd door de stichting Samen Tegen Voedselverspilling en CBL en uitgevoerd door Wageningen University & Research (WUR) op basis van zelfrapportage door supermarkten. Over 2023 hebben Albert Heijn, Aldi, DekaMarkt, Dirk, Jumbo, Lidl, Picnic en PLUS meegewerkt (samen beslaan zij circa 85% van de Nederlandse markt). Ook HelloFresh heeft data aangeleverd.

