

# Voedselverspilling in supermarkten in 2023

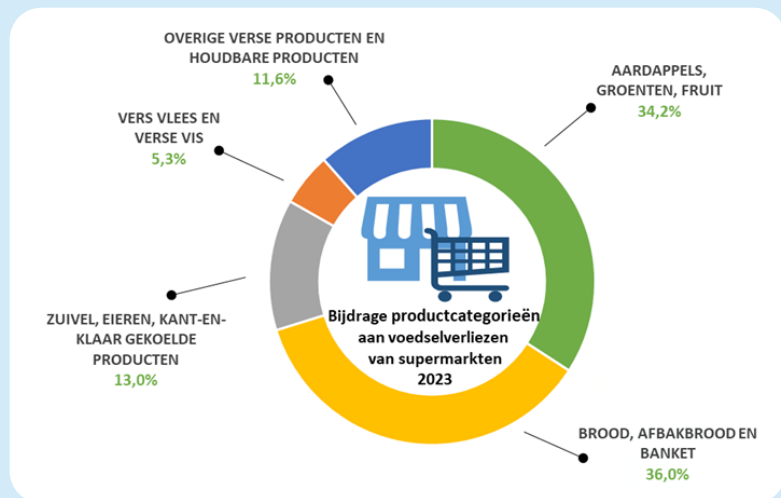
Over 2023 is de totale verspilling in de retail verder gedaald naar **0,89% van het inkoopvolume** als we de Europese definitie van voedselverspilling hanteren. Dat is als het voedsel niet naar mens of dier gaat. [Lees hier het hele persbericht.](#)



*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.*

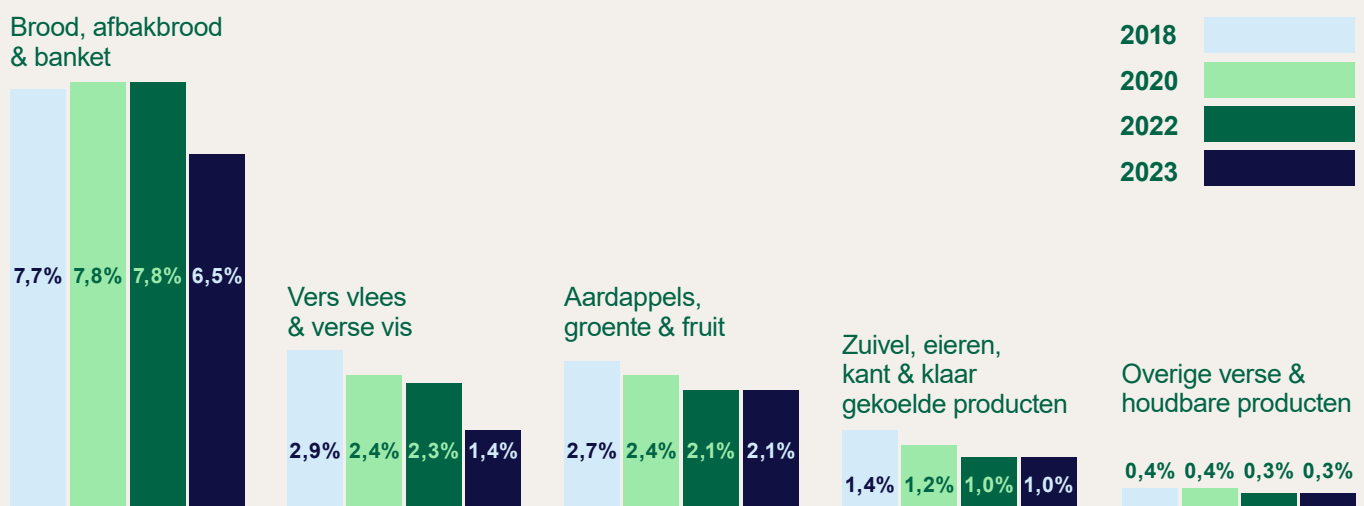
## Verliezen in productcategorieën

Bijdrage hoofdproductcategorieën aan levensmiddelen die de consumenten niet bereiken 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.

**SAMEN TEGEN**  
VOEDSELVERSPIJLING