



Nachhaltigkeit als gemeinsamer Antrieb: EDEKA und WWF legen Fortschrittsbericht 2021 vor

- Bericht 2021 bestätigt erneut: WWF-Partnerschaft trägt maßgeblich zur Verringerung des ökologischen Fußabdrucks des EDEKA-Verbunds bei
- Erneut zahlreiche Meilensteine beim Umwelt-, Ressourcen- und Klimaschutz erreicht
- Verlängerung der EDEKA- und WWF-Partnerschaft bis 2032 für langfristige ambitionierte Zielsetzungen

Hamburg/Berlin, 06. September 2022: Verantwortungsvolles Wirtschaften ist auch in schwierigen Zeiten eine Herzensangelegenheit für den EDEKA-Verbund. Jetzt legen Deutschlands führender Lebensmitteleinzelhändler und die Naturschutzorganisation WWF im Zuge ihrer strategischen Partnerschaft für Nachhaltigkeit erneut ihren jährlichen Fortschrittsbericht vor. Im Fokus: gemeinsam erreichte und dokumentierte Meilensteine sowie Herausforderungen in den acht Themenschwerpunkten, die von nachwachsenden Ressourcen über Verpackungsmaterial bis hin zum Klima- und Süßwasserschutz reichen.

Trotz des Kriegs in der Ukraine, pandemiebedingt brüchiger Lieferketten und anhaltender Inflation arbeiten EDEKA und der WWF weiter unermüdlich daran, den ökologischen Fußabdruck des EDEKA-Verbunds zu verringern. Der aktuelle Fortschrittsbericht zum Berichtsjahr 2021, der von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG testiert und bereits zum neunten Mal veröffentlicht wird, belegt dabei das Engagement der beiden Partner. Er informiert transparent über bisherige Ergebnisse und gemeinsame Zukunftsziele. Gleichzeitig nimmt im Alltag der Verbraucher:innen verantwortungsbewusster Konsum einen immer höheren Stellenwert ein. EDEKA unterstützt diese Entwicklung, indem das Angebot nachhaltigerer produzierter Lebensmittel insbesondere im Eigenmarken-Segment weiter ausgebaut wird. Dabei ist EDEKA ein attraktives Preis-Leistungsverhältnis wichtig; vor allem da die steigenden Lebenshaltungskosten die Preissensibilität in Deutschland verstärken. EDEKA möchte dazu beitragen, dass ökologisch verantwortungsvolles Handeln und ein ausgewogener Lebensstil auch in Zukunft für viele Menschen erschwinglich bleiben.

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
verbund.edeka.de





Starkes Signal der Zusammenarbeit

Bereits seit 2009 berät der WWF den EDEKA-Verbund in Sachen Nachhaltigkeit. Diese Partnerschaft wurde nun um weitere zehn Jahre verlängert – mit dem Ziel, die Lieferketten und somit die Versorgung von Menschen und Märkten noch ökologischer zu gestalten und damit langfristig abzusichern. Der Vertrag beinhaltet neue, ambitionierte Zielsetzungen, deren Ausgestaltung in den kommenden Monaten von den Partnern detailliert erarbeitet wird. Der Fokus des gemeinsamen Handelns liegt künftig auf den vier großen gesellschaftlichen Herausforderungen: Klima- und Süßwasserschutz, Ressourcenschonung und der Erhalt von Biodiversität.

„Verantwortungsvolles Wirtschaften und die gesicherte Versorgung der Menschen in Deutschland mit hochwertigen Lebensmitteln gehören für uns auch in diesen herausfordernden Zeiten weiter untrennbar zusammen. Die erzielten Fortschritte motivieren uns dabei jedes Jahr aufs Neue, daran weiter mit aller Kraft zu arbeiten“, sagt Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG.

„Die Erhitzung des Planeten und der voranschreitende Verlust der Artenvielfalt hängen zusammen und verstärken sich wechselseitig. Im Alltag sind sie zunehmend spür- und sichtbar. Auch daher suchen Verbraucher:innen nach nachhaltigeren Produkten und bleiben dieser Wahl, wie Umfragen zeigen, in schwierigeren Zeiten treu. Das bestärkt uns in unserem Weg, den wir als Partner mit EDEKA eingeschlagen haben“, sagt Christoph Heinrich, geschäftsführender Vorstand des WWF Deutschland.

Ausgewählte Ergebnisse des Jahres 2021 im Überblick

- Im Themenfeld **Palmöl** soll die Herkunft des Öls vollständig auf nachhaltigere Quellen umgestellt werden (gemäß RSPO Segregated oder Identity Preserved Lieferkettenmodell). 2021 lag der Grad der Zielerreichung erstmals sowohl für reines Palmöl und Palmkernöl als auch für Derivate und Fraktionen bei über 95 Prozent. Insgesamt sind mehr als 98 Prozent der in 630 Artikeln enthaltenen 772 Palmölbestandteile zertifiziert.
- Bei den Eigenmarkenverpackungen aus **Holz und Papier** ergab sich wieder eine hohe Zielerreichung, was die vollständige Umstellung auf mit Blauer Engel Recycling oder FSC®-zertifiziertes Material betrifft. Über 90 Prozent der Verpackungen sind vertraglich auf FSC®-zertifizierte Lösungen umgestellt. Auch

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
verbund.edeka.de





beim Obst und Gemüse sind rund 70 Prozent der in der Stichprobe enthaltenen Lieferanten mit Verpackungen aus Pappe und Papier auf FSC® umgestellt – eine Verbesserung von fast 19 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr.

- Etwa 85 Prozent der EDEKA-Eigenmarken im **Fisch- und Meeresfrüchtesortiment** sind mit „Gute Wahl“ eingestuft. Das bedeutet, sie sind nach einem vom WWF anerkannten Umweltstandard zertifiziert oder in der WWF-Fischdatenbank mit den Scores 1-2 (Score reicht von 1-5) bewertet.
- Bei den **PET-Verpackungen** für Drogerieartikel wurde die Zielvorgabe des Einsatzes von mindestens 30 Prozent Recyclingmaterial bis Ende 2020 deutlich überschritten: Das Monitoring ergab einen Gesamtanteil von über 50 Prozent Recyclingmaterial bei PET-Eigenmarkenflaschen im Wasch-, Putz- und Reinigungsmittelsortiment.
- Im Programm **„Landwirtschaft für Artenvielfalt“** wurden beim Monitoring durch das Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e.V. bis zu achtmal mehr Insekten und 20-mal mehr Schmetterlinge auf den nicht gemähten Streifen im Grünland nachgewiesen als auf gemähten Vergleichsflächen.
- Beim **Zitrusprojekt** für einen nachhaltigeren Zitrusanbau in Spanien nehmen inzwischen 15 Farmen auf einer Gesamtfläche von über 1.100 Hektar teil. Zusammen konnten sie 2020 über 1.800 Millionen Liter Wasser einsparen. 90 Vogelarten, zehn Säugetier- sowie 14 Reptilien- und Amphibienarten ließen sich auf den Farmen nachweisen.
- Das **Bananenprojekt** in Ecuador und Kolumbien beschäftigt sich mit dem konventionellen, nachhaltigeren Bananenanbau und verfolgt teilweise höhere Auflagen als der Bio-Bananen-Anbau mit EU-Siegel. Die beteiligten 19 Farmen verzichten inzwischen vollständig auf Herbizide. Die Naturschutzzonen um die Anbauflächen sind auf über 80 Hektar angewachsen.
- Um den sortimentsbezogenen **Klimaschutz** voranzubringen, also Emissionen zu verringern, die bei der Herstellung der Eigenmarkenprodukte entstehen, gründeten EDEKA und WWF die Climate Supplier Initiative. Neben EDEKA, Netto Marken-Discount und BUDNI startete die Gruppe mit zehn Lieferanten.
- EDEKA und WWF arbeiten an der Ermittlung von **Süßwasserrisiken** im Anbaugebiet wie Wasserknappheit und Verschmutzung. Im Berichtszeitraum



wurde das EDEKA-Wasserrisiko-Analyse-Tool für alle Obst- und Gemüselieferanten des EDEKA-Fruchtkontors eingeführt. Mit der Analysesoftware können sie entsprechende Risiken erkennen und sich aufzeigen lassen, wie ein nachhaltigerer Umgang mit Wasserressourcen umgesetzt werden kann.

Noch nachhaltiger informiert

Zusätzliche Details sowie den Fortschrittsbericht zum Download finden Sie auf den Seiten des EDEKA-Verbands und WWF:

- <https://verbund.edeka/verantwortung/projekte-partnerschaften/%C3%B6kologisches-engagement/partnerschaft-mit-dem-wwf/>
- <https://www.wwf.de/zusammenarbeit-mit-unternehmen/edeka>

EDEKA und WWF – Seit über 10 Jahren mehr Umweltschutz in Regalen und Lieferketten

EDEKA und WWF sind Partner für Nachhaltigkeit. Die im Jahr 2009 begonnene Kooperation zum Schutz der Meere und für nachhaltige Fischerei wurde 2012 zu einer umfassenderen und langfristigen Partnerschaft weiterentwickelt. Der WWF berät EDEKA wissenschaftlich fundiert in unterschiedlichen Themen- und Sortimentsbereichen. Schwerpunkte sind Fisch und Meeresfrüchte, Holz/Papier/Tissue, Palmöl, Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung, Süßwasser, Klima, Verpackungen und Beschaffungsmanagement. Zielsetzung ist es, die natürlichen Ressourcen der Erde zu schonen, den ökologischen Fußabdruck von EDEKA Schritt für Schritt deutlich zu verringern und immer mehr Kunden für nachhaltigere Produkte sowie nachhaltigeren Konsum zu begeistern.

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.500 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 BUDNI oder NATURKIND, die Kooperation mit online-basierten Lieferdiensten wie Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbands ab. EDEKA erzielte 2021 mit über 11.100 Märkten und rund 405.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 62,7 Mrd. Euro. Mit rund 19.900 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

WWF Deutschland

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umweltschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Seit 60 Jahren arbeitet das WWF-Netzwerk rund um den Globus daran, die Umweltzerstörung zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. In mehr als 1.300 nationalen und internationalen Projekten setzt sich der WWF Deutschland aktuell für den Erhalt der biologischen Vielfalt ein.

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
verbund.edeka.de

