

PRESSEINFORMATION

Auf ZukunftsWegen: Modernisierter EDEKA-Markt in der Siemensstraße macht Nachhaltigkeit im Markt sicht- und erlebbar

- **Einzelhandelskonzept von EDEKA Minden-Hannover und WWF**
- **Viele kleine Maßnahmen für eine große, gemeinschaftliche Wirkung**
- **Stetige Weiterentwicklung des Konzepts**

Berlin-Lankwitz, 19. August 2022. Der wiedereröffnete EDEKA-Markt in der Siemensstraße 21-23 in Berlin erstrahlt nach seiner Modernisierung in ganz neuem Glanz. Mehr Auswahl, mehr Frische, moderne Gestaltung mit regionalem Bezug, umweltfreundliche Technik – der Markt bietet echten Einkaufskomfort im Wohlfühlambiente, unter anderem mit großzügigen neuen Bedientheken für Fleisch, Fisch, Wurst, Käse und Backwaren.

Nachhaltigkeit zum Anfassen

Aber nicht nur das: Das Team des EDEKA-Markts in der Siemensstraße möchte mit vielen kleineren Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu mehr Ressourcenschutz beitragen – ab jetzt mit noch mehr Sichtbarkeit für die Kunden. Mit dem Umbau hat Marktleiterin Kathrin Tröger zusätzlich das nachhaltige Einzelhandelskonzept „Auf ZukunftsWegen“ umgesetzt, welches gemeinsam von der EDEKA Minden-Hannover und dem WWF Deutschland entwickelt wurde. Dies ist der zweite Markt in Berlin, der das Konzept umsetzt.

Das Einzelhandelskonzept besteht aus einem Leitfaden mit 47 Maßnahmen, von denen zehn verpflichtend sind. Zudem muss jeder teilnehmende Markt mindestens 75 Prozent der weiteren Maßnahmen umsetzen, um das Signet „Auf ZukunftsWegen“ in Form einer Panda-Tatze zu erhalten. Alle zwei Jahre wird die Umsetzung der Maßnahmen vor Ort erneut geprüft. Die vom WWF und der EDEKA Minden-Hannover erarbeiteten Maßnahmen zielen auf den Erhalt der Artenvielfalt, Ressourcen- und Emissionseinsparungen ein. So hat der EDEKA-Markt in der Siemensstraße beispielsweise den Bio-Anteil am Gesamtsortiment nach festen Vorgaben erhöht und das entsprechende Angebot an den Bedientheken vergrößert, engagiert sich aktiv gegen Lebensmittelverschwendung in Zusammenarbeit mit regionalen Institutionen und bietet in allen Bedienbereichen sowie bei Obst und Gemüse Mehrwegkonzepte an. „Wir setzen außerdem auf die Einbindung von Produkten zahlreicher lokaler Partner“, so Kathrin Tröger. Weitere Maßnahmen betreffen Energieeffizienz, Strombezug, ökologischere Gestaltung des Außengeländes sowie Informations- und Werbemittel.

PRESSEINFORMATION

Der Leitfaden des Konzepts wird regelmäßig geprüft und weiterentwickelt. Hierfür und um den Nutzen für die Umwelt stärker mit konkreten Zahlen belegen zu können, werden teilnehmende Märkte gemonitort.

Einige Beispiele, was mit den Maßnahmen erreicht wird:

- Durch die Umstellung auf Ökostrom spart ein durchschnittlich großer EDEKA-Markt rund 111 Tonnen CO₂ pro Jahr. 111 Buchen müssten 80 Jahre lang wachsen, um dieselbe Menge CO₂ zu binden.
- Der Einsatz von Mehrwegkonzepten hilft, Verpackungsmüll zu reduzieren. So spart ein Markt bis zu 1 Kilogramm Verpackungsmaterial pro Tag, wenn Kunden ihre Mehrwegboxen für den Einkauf an den Bedientheken nutzen.
- Der Anteil an Bio-Produkten im Markt wird gesteigert. So führt ein durchschnittlich großer EDEKA-Markt in Berlin rund 1.600 Bio-Artikel, der EDEKA-Markt in der Siemensstraße hat aktuell über 2.700 Bio-Artikel im Sortiment.

EDEKA und WWF setzen sich bereits seit zwölf Jahren in ihrer „Partnerschaft für Nachhaltigkeit“ gemeinsam dafür ein, den ökologischen Fußabdruck von EDEKA zu verringern und zugleich Verbraucher für einen nachhaltigeren Einkauf und Lebensstil zu motivieren. Mit dem neuen Konzept erhalten die Märkte konkrete Handlungsanleitungen, wie sie die Ziele dieser Partnerschaft bei sich vor Ort verankern und für den Kunden sicht- und erlebbarer machen können. „Nur gemeinsam können wir eine wirkliche Veränderung erreichen, daher möchten wir unsere Kundinnen und Kunden noch stärker anregen, sich aktiv für Nachhaltigkeit einzusetzen“, so Kathrin Tröger.

Aktuell befindet sich das Konzept „Auf ZukunftsWegen“ noch in der Testphase. Nach Ablauf dieser Phase mit 15 Märkten ist der Rollout für mehr als 1.000 EDEKA-Märkte, EDEKA Centern und MARKTKAUF-Häuser im gesamten Geschäftsgebiet der EDEKA Minden-Hannover geplant.

Weitere Informationen zu dem Einzelhandelskonzept „Auf ZukunftsWegen“ finden sich unter: <https://verbund.edeka/minden-hannover/verantwortung/nachhaltiges-marktkonzept-auf-zukunftsweegen/>.



MINDEN
HANNOVER

PRESSEINFORMATION

EDEKA Minden-Hannover im Profil

Mit einem Außenumsatz von rund 11 Milliarden Euro und rund 77.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (einschließlich der selbstständigen Einzelhändlerinnen und Einzelhändler) ist die **EDEKA Minden-Hannover** die umsatzstärkste von insgesamt sieben Regionalgesellschaften im genossenschaftlich organisierten EDEKA-Verbund. Sie besteht im Kern seit 1920, erstreckt sich von der niederländischen bis an die polnische Grenze und umfasst Bremen, Niedersachsen, einen Teil von Ostwestfalen-Lippe, Sachsen-Anhalt, Berlin und Brandenburg. Zwei Drittel der insgesamt 1.480 Märkte sind in der Hand von selbstständigen EDEKA-Kaufleuten. Zum Unternehmensverbund gehören darüber hinaus mehrere Produktionsbetriebe, darunter die Brot- und Backwarenproduktion **Schäfer's**, die Produktion für Fleisch- und Wurstwaren **Bauerngut** sowie das Traditionsunternehmen für Fischverarbeitung **Hagenah** in Hamburg.