



## EDEKA setzt neue Maßstäbe im Klimaschutz: Wissenschaftsbasierte Ziele bis 2045 von SBTi validiert

- Science Based Targets initiative zeigt: EDEKA als Klimaschutz-Vorreiter im deutschen Lebensmitteleinzelhandel
- Ehrgeizig: Bis 2045 Reduktion der Treibhausgasemissionen um 90 Prozent
- Weiterer Meilenstein der Partnerschaft: EDEKA und WWF entwickeln Ziele und Maßnahmen zur Senkung der Emissionen

Hamburg/Berlin, 15. August 2024: Klimaschutz gehört zu den größten ökologischen Herausforderungen unserer Zeit und ist daher ein Schwerpunkt der langjährigen Kooperation zwischen EDEKA und der Naturschutzorganisation WWF. Gemeinsam erarbeiten die Nachhaltigkeitspartner wissenschaftsbasierte Klimaschutzziele, um die Treibhausgasemissionen des Unternehmens wirkungsvoll zu reduzieren. So will die EDEKA-Zentrale bis 2045 zusammen mit den Tochtergesellschaften Netto Marken-Discount und der Budni Handels- und Servicegesellschaft (BHSG) Treibhausgasemissionen ausgehend vom Basisjahr 2022 um 90 Prozent senken. Dieses und weitere ambitionierte Klimaziele wurden jetzt offiziell von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert. Damit nimmt EDEKA eine Vorreiterrolle im deutschen Lebensmittelhandel ein. Schon 2022 hat sich die EDEKA-Zentrale mit Netto Marken-Discount und der BHSG zur Bekämpfung der Klimakrise als erster deutscher Händler den Netto-Null-Zielen<sup>1</sup> der Initiative verpflichtet. Mit dem WWF werden nun Maßnahmen erarbeitet, um die Erreichung der ehrgeizigen Ziele sicherzustellen.

„Wir wissen: Um zukunftsfähig zu wirtschaften, müssen wir unser nachhaltiges Engagement im Unternehmen konsequent vorantreiben und insbesondere die Treibhausgasemissionen in allen Bereichen senken. Die Validierung unserer Klimaziele durch die SBTi ist für uns daher ein enorm wichtiger Schritt. Sie bestätigt, dass unsere Ziele im Einklang mit dem 1,5-Grad Ziel des Pariser Klimaabkommens stehen und wissenschaftlich fundiert sind. Als führender Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland

<sup>1</sup> Netto-Null-Ziel bedeutet, dass keine klimaschädlichen Gase abgegeben werden und bereits freigesetzte Emissionen neutralisiert und aus der Atmosphäre entfernt werden müssen.



wollen wir beim Thema Nachhaltigkeit keine Kompromisse eingehen und zeigen, dass wir uns als Vorreiter in der Branche auf dem richtigen Weg befinden“, so **Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG.**

„In herausfordernden Zeiten unterstreicht EDEKA mit seinen wissenschaftsbasierten Klimazielen die zentrale Rolle, die Unternehmen beim Kampf gegen die Klimakrise zukommt. Es macht uns stolz, dass EDEKA als erster deutscher Lebensmitteleinzelhändler nun umfassende kurz- und langfristige, von der SBTi validierte Klimaziele verfolgt und so die nötige Transformation vorantreibt. Besonders wichtig ist die ergänzende Zielsetzung von EDEKA, konsequent Emissionen aus Landnutzung und Landnutzungswandel zu reduzieren. Die Transformation im Agrar- und Landsektor, die für ein Viertel der globalen Treibhausgasemissionen verantwortlich ist, ist zentral zur Erreichung der globalen Klimaziele. Über sein ergänzendes Klimaziel in diesem Bereich wird EDEKA dabei helfen, dringend benötigte Investitionen in die Entwicklung entwaldungsfreier, emissionsarmer landwirtschaftlicher Lieferketten zu lenken – in Deutschland, Europa und im globalen Süden“, sagt **Heike Vesper, Vorstandin Transformation Politik & Wirtschaft beim WWF Deutschland.**

## Hohe Ansprüche und unterschiedliche Handlungsfelder

Bereits 2022 hat sich die EDEKA-Zentrale, inklusive Netto Marken-Discount und BHSG, verpflichtet, die Anforderungen des Netto-Null-Ziel-Standards der SBTi, der so weltweit einmalig ist, zu erfüllen. Dafür haben EDEKA und WWF ehrgeizige kurz- und langfristige Ziele erarbeitet – wie den Anspruch, Netto-Null-Treibhausgasemissionen bereits 2045 zu erreichen. Im Zentrum steht die drastische Emissionssenkung entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Betrachtet werden neben den direkt beeinflussbaren Emissionen (Scope 1 und 2), wie beispielsweise dem Stromverbrauch durch Kühlmöbel, auch die Emissionen aus der vor- und nachgelagerten Lieferkette (Scope 3). Dazu gehören unter anderem Emissionen aus dem landwirtschaftlichen Anbau von Lebensmitteln.

Zusammen mit dem WWF definiert EDEKA nun die notwendigen Maßnahmen, um die SBTi-geprüften Ziele zu erreichen. Auch die Zusammenarbeit mit den Lieferanten und Landwirten in diesem Themenfeld wird weiter ausgebaut. Bereits in den vergangenen Monaten arbeitete EDEKA intensiv daran, sogenannte Klima-Hotspots im Sortiment

**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](mailto:presse@edeka.de)  
[verbund.edeka.de](http://verbund.edeka.de)





zu identifizieren und Maßnahmen zur Reduktion von Emissionen für unterschiedliche Unternehmensbereiche zu entwickeln. So will EDEKA zusammen mit Netto Marken-Discount und der BMSG letztlich den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter verringern und das Unternehmen sowie Sortiment nachhaltiger gestalten.

## Über die SBTi

Die Science Based Targets initiative (SBTi) ist ein Zusammenschluss zwischen dem Carbon Disclosure Project (CDP), dem Global Compact der Vereinten Nationen, dem World Resources Institute (WRI) und dem WWF. Die Initiative entwickelt unter anderem wissenschaftsbasierte Verfahren zur Emissionsreduzierung im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen, unterstützt Unternehmen, um fundierte Ziele im Einklang mit den neuesten Erkenntnissen der Wissenschaft festzulegen und validiert diese durch unabhängige Expert:innen. Auf der [Webseite](#) der SBTi werden die validierten EDEKA-Ziele Ende August 2024 veröffentlicht.

## EDEKA und WWF: Seit 15 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. Der Fokus des gemeinsamen Handelns liegt seit 2022 auf den vier großen gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit: Klima- und Süßwasserschutz, Ressourcen- und Materialschonung sowie der Erhalt von Biodiversität. Zielsetzung ist es, den ökologischen Fußabdruck von EDEKA Schritt für Schritt deutlich zu verringern und immer mehr Kund:innen für nachhaltigere Produkte sowie nachhaltigeren Konsum zu motivieren.

## Über den EDEKA-Verbund

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.400 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 trinkgut, budni oder NATURKIND, die Kooperation mit online-basierten Lieferdiensten wie Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2023 mit rund 11.050 Märkten und rund 410.700 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 70,7 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

## Über WWF Deutschland

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umweltschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Seit gut 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](mailto:presse@edeka.de)  
[verbund.edeka.de](http://verbund.edeka.de)

