



EDEKA tritt „Forum Rezyklat“ bei

- EDEKA engagiert sich im „Forum Rezyklat“ als einer der ersten großen Lebensmittelhändler
- EDEKA-Verpackungsstrategie: Rezyklate sind ein wesentlicher Aspekt

Hamburg, 25. November 2021: Der EDEKA-Verbund ist dem „Forum Rezyklat“ als einer der ersten großen Vertreter aus dem Lebensmitteleinzelhandel beigetreten. „Wir unterstreichen damit die Bedeutung von Rezyklaten und recycelbaren Verpackungen für die Verpackungsstrategie bei unseren Eigenmarken sowie unsere Zielsetzung, Ressourcen zu schonen“, so Rolf Lange, Leiter Unternehmenskommunikation der EDEKA-Zentrale. „Rezyklate sind ein wichtiger Faktor, um den Ressourcenverbrauch zu reduzieren und Verpackungen zu optimieren.“

Das Forum Rezyklat ist ein Bündnis von Marktbeteiligten entlang der gesamten Wertschöpfungskette von Verpackungen, von Industrie über Handel bis Entsorgungs- und Verwertungswirtschaft. Im Fokus steht die Entwicklung praxis- und verbrauchernaher Lösungen für recyclebare Verpackungen. Zudem soll der Einsatz aus Rezyklaten – also z.B. aus alten Verpackungen gewonnenes Kunststoff-Granulat – in Verpackungen forciert werden. Gemeinsames Ziel ist es, so die Recyclingquote sowie den Recyclinganteil in Verpackungen zu erhöhen: Statt Kunststoff nach Gebrauch zu verbrennen oder sekundär, etwas als Kunststoffmöbel, zu verwenden, soll er nach Möglichkeit in immer größerem Umfang aufbereitet und wieder in den Verpackungskreislauf integriert werden.

Verpackungsvermeidung und Verpackungsoptimierung sind seit Jahren wichtige Anliegen im EDEKA-Verbund. Dabei wird das Thema Recycling von EDEKA, Netto Marken-Discount und BUDNI in vielfältiger Weise forciert: Optimierung der Recyclingfähigkeit und Einsatz von Recyclingmaterialien, wo möglich und sinnvoll, sind hier wesentliche Stichworte. So erhöht sich der Anteil von Recyclingmaterial (rPET) in den GUT&GÜNSTIG 1,5 Liter Mineralwasserflaschen von EDEKA bis

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





Jahresende auf 50 Prozent bei weiterhin geringem Flaschengewicht. Die Zielerreichung bei EDEKA Wasch-, Putz- und Reinigungsmittelflaschen liegt bei ca. 53 Prozent, die Flaschenkörper der RESPEKT Reinigungsmittel bestehen bereits heute zu 100 Prozent und die der Blütezeit-Naturkosmetikrange zu mehr als 95 Prozent aus Recyclingkunststoff. Auch bei Eigenmarken-Artikeln wie Müllbeuteln, Haushaltsartikeln oder auch Mehrwegtragetaschen wird systematisch Recyclingmaterial eingesetzt. So hat EDEKA 2016 die erste Recycling-Tiefkühltragetasche eingeführt und seitdem bereits über 1.600 Tonnen neuen Kunststoff damit eingespart. Die Tasche hat 2021 dann auch den Deutschen Verpackungspreis in der Kategorie Nachhaltigkeit erhalten. EDEKA, Netto und BUDNI arbeiten kontinuierlich daran, generell die Recyclinganteile in Verpackungen und Produkten ihrer Eigenmarken weiter auszubauen.

Zusätzlich bringen EDEKA, Netto und BUDNI bereits seit 2019 einen „Entsorgungshinweis“ auf ihren Eigenmarken-Verpackungen auf und weiten dies stetig aus. Das Piktogramm unterstützt Verbraucher:innen dabei, die jeweilige Verpackung und ihre Bestandteile sachgerecht zu trennen und zu entsorgen. Mit der klaren, auch vom Forum Rezyklat vertretenen Zielsetzung, dass ein möglichst großer Anteil der Verpackungen in den Kreislauf zurückgeführt wird.

Das Thema Verpackungen gehört seit 2015 auch zu den Schwerpunktthemen von EDEKA und Netto im Rahmen der Partnerschaft für Nachhaltigkeit mit dem WWF. Dabei geht es um einen ganzheitlichen Ansatz. Grundsätzlich gilt es, Verpackungsmaterial wo möglich – unter Beachtung des Produktschutzes und damit der Vermeidung von Lebensmittelverlusten – zu vermeiden. Ist die Vermeidung nicht möglich, setzt EDEKA auf Reduzierung und das Prinzip „Mehrweg statt Einweg“ sowie auf Recycling.

Mehr Informationen zum Thema:

<https://verbund.edeka/verantwortung/handlungsfelder/sortiment/verpackungen/>

www.forum-rezyklat.de

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





EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.600 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 Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2020 mit über 11.100 Märkten und 402.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 61,0 Mrd. Euro. Mit 19.250 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

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 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

