



EDEKA Initiative gegen Foodwaste:

Umwelt schonen und Geld sparen: EDEKA startet Aktionsmonat zur Lebensmittelwertschätzung

- Aktionszeitraum vom 15. September bis 15. Oktober 2022
- Initiative für einen bewussteren Umgang mit Lebensmitteln
- Unter dem Motto „Gut für die Umwelt und den Geldbeutel“
- „Restlos glücklich“: Challenge und Gewinnspiel für Verbraucher:innen

Hamburg, 15. September 2022: Allein in Deutschland entstehen laut Statistischem Bundesamt rund elf Millionen Tonnen Lebensmittelabfälle pro Jahr. 59 % davon verursachen private Haushalte. Pro Kopf sind das rund 78 Kilogramm Lebensmittel für die Tonne – umgerechnet auf eine vierköpfige Familie fallen so jährlich fast 350 Euro vermeidbare Kosten an. In Zeiten von Inflation schmerzt dies viele Verbraucher:innen besonders. Unter dem Motto „Gut für die Umwelt und den Geldbeutel“ richtet EDEKA erstmalig den Aktionsmonat zur Lebensmittelwertschätzung vom 15. September bis 15. Oktober aus. Verbraucher:innen erhalten nützliche Informationen und Tipps, um bewusster mit Lebensmitteln umzugehen und somit weniger Lebensmittelabfälle zu produzieren – mit positivem Effekt für den Geldbeutel. Nähere Informationen unter: www.edeka.de/lebensmittelwertschaetzung

Trotz steigender Lebensmittelpreise werden in deutschen Privathaushalten immer noch sehr viele Lebensmittel weggeworfen. Um verstärkt darauf aufmerksam zu machen, hat EDEKA den Aktionsmonat »Lebensmittelwertschätzung« ins Leben gerufen. Ziel der Initiative ist, Kund:innen für Themen wie das Abfallaufkommen und den damit zusammenhängenden Klima- und Ressourcenschutz nachhaltig zu sensibilisieren. „Wir lieben Lebensmittel – das ist der Leitgedanke für unser tägliches Handeln. Jedes Lebensmittel ist ein hohes Gut, das mit viel Aufwand im Zusammenwirken von Natur und Landwirtschaft produziert wurde. Wir entwickeln stetig innovative und verbrauchernahe Lösungen, um Lebensmittelabfälle entlang der gesamten Wertschöpfungskette weiter zu reduzieren“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG.

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





PRESSE-INFORMATION

Teil der Initiative ist eine „10-Tage-Challenge“ mit vielen motivierenden Aufgaben zu Themen wie Einkaufsplanung, Lebensmittellagerung und Resteverwertung, die zum Umdenken und Ändern der eigenen Gewohnheiten beitragen können. Aufklärung finden Verbraucher:innen auch auf den EDEKA Social Media Kanälen sowie auf verschiedenen Social Channels reichweitenstarker Influencer:innen. Für Kund:innen werden so Mehrwerte beim Einkauf geschaffen und gleichzeitig Sparpotenziale aufgezeigt. Gerade in Zeiten steigender Preise und Inflation lohnt es sich umso mehr, bewusster mit Lebensmitteln umzugehen. In allen teilnehmenden EDEKA-Märkten gibt es eine Vielzahl an Produkten zum besten Preis-Leistungsverhältnis. Wer bewusst einkauft und möglichst wenig wegwirft, spart somit auch bares Geld. Unter dem Motto „Restlos glücklich“ können Kund:innen im Aktionsmonat auf der Website www.edeka.de/gewinnspiel wertvolle Preise gewinnen. Die Aufgabe: auf kreative Weise mit überschüssigen Lebensmitteln und Resten leckere Gerichte kreieren. Die EDEKA-Zeitschriften MIT LIEBE, das schmeckt, YUMMI und GOLD begleiten den Aktionsmonat – ebenso der EDEKA-Podcast „ISS SO“ mit einer Sonderfolge zum Thema Lebensmittelwertschätzung.

Engagiert für mehr Lebensmittelwertschätzung

Der EDEKA-Verbund ist sich seiner Verantwortung als führender Lebensmittelhändler bewusst und verpflichtet sich im Rahmen der Sustainable Development Goals (SDG) – insbesondere des SDG 12.3 und der Agenda 2030 der Bundesregierung –, aktiv daran mitzuwirken, die Lebensmittelverschwendungen auf Verbraucher:innen- und Einzelhandelsebene bis 2030 zu halbieren. Der EDEKA-Verbund gestaltet die Umsetzung des Ziels aktiv mit und bettet sie zudem in das bestehende Handeln für mehr Nachhaltigkeit ein. Begleitet wird der EDEKA-Verbund dabei von Nachhaltigkeitsexperte Dirk Steffens, der in beratender Funktion unterstützt.

Die rund 3.500 selbstständigen Kaufleute, die sieben EDEKA-Großhandlungen und die EDEKA-Zentrale engagieren sich auf vielfältige Weise, um überschüssige Lebensmittel im Handel auf ein Minimum zu reduzieren und die Verbraucher:innen für einen verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmitteln zu sensibilisieren. Überschüssige Lebensmittel wegzwerfen ist nicht nur unter ökologischen Gesichtspunkten kritisch, sondern stellt auch ein wirtschaftliches Verlustgeschäft dar.

Der EDEKA-Verbund investiert daher in moderne Warenwirtschaftssysteme, die den

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





PRESSE-INFORMATION

Warenfluss optimieren und ein Überangebot von vorneherein vermeiden. Dank effizienter Lagerstandorte und Logistikprozesse gehen möglichst wenige Lebensmittel durch Transport und Lagerung verloren. Optisch weniger attraktive, aber qualitativ einwandfreie Waren werden in vielen Märkten zu frisch zubereiteten Convenience-Produkten verarbeitet. Die EDEKA-Kaufleute und -Großhandlungen zählen zudem zu den wichtigsten Förderern der bundesweit rund 900 lokalen Tafel-Initiativen und weiterer sozialer Einrichtungen, denen sie regelmäßig Lebensmittel spenden. Der Bundesverband der Tafeln e. V. zeichnet EDEKA seit 2014 jährlich mit dem "Tafel-Teller" aus. Auch auf regionaler Ebene geht der EDEKA-Verbund mit innovativen Handelslösungen voran. Zwei Beispiele: EDEKA Südwest bietet in ihren Märkten über eine interne Warenbörse schnell verderbliche Lebensmittel zu deutlich vergünstigten Bezugspreisen an. Nicht mehr verkaufsfähiges Obst und Gemüse erhält im Projekt "Liebe²" von EDEKA Minden-Hannover und der Diakonischen Stiftung Wittekindshof ein "zweites Leben" als Chutney oder Fruchtaufstrich.

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.500 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 Unternehmensverbunds 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.

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

