

EDEKA

INFORMATIONEN FÜR
POLITISCHE ENTSCHEIDER

**ENGAGIERT FÜR MEHR
LEBENSMITTEL-
WERTSCHÄTZUNG**



UNSER ENGAGEMENT FÜR MEHR LEBENSMITTELWERTSCHÄTZUNG

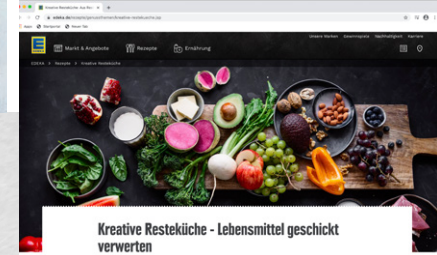
„Wir lieben Lebensmittel“ ist für uns nicht bloß ein Markenclaim, sondern tief in unserer Unternehmensstruktur verwurzelt. Wir agieren ökologisch und ökonomisch verantwortlich, denn Lebensmittel wegzuwerfen bedeutet immer auch ein wirtschaftliches Verlustgeschäft für die selbstständigen, genossenschaftlich organisierten EDEKA-Kaufleute. Obwohl der Anteil des Lebensmitteleinzelhandels (LEH) am Gesamtvolumen der Lebensmittelabfälle in Deutschland bei nur vier Prozent liegt, entwickeln wir stetig innovative und verbrauchernahe Lösungen, um Lebensmittelabfälle entlang der gesamten Wertschöpfungskette weiter zu reduzieren.



VERBRAUCHER

Mehr Bewusstsein für Lebensmittel-wertschätzung schaffen

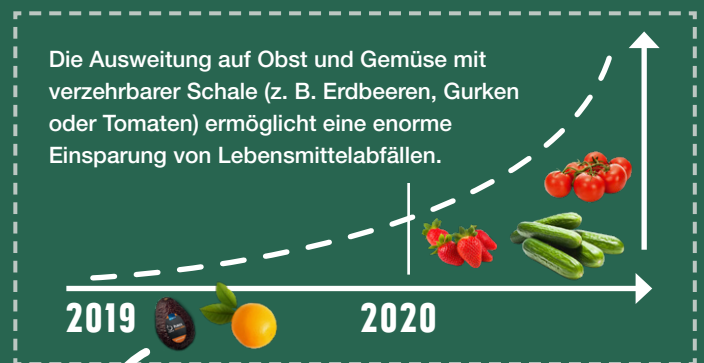
Wir sensibilisieren auf allen Kanälen für einen bewussten Umgang mit Lebensmitteln: ob über Aktionen im Markt, unsere reichweitenstarken Printmedien MIT LIEBE und YUMMI oder unsere Online-Kanäle. Mit der Initiative „Aus Liebe zum Nachwuchs“ der EDEKA Stiftung bringen wir den Verbrauchern von morgen zudem schon früh das Thema Lebensmittelwertschätzung nahe.



APEEL

Innovation für weniger Abfälle im Haushalt

Privathaushalte sind der Hauptverursacher von Lebensmittelabfällen – vor allem bei Obst und Gemüse. Hier setzt die innovative Apeel-Technologie an: Mit unserem Partner Apeel Sciences haben wir eine pflanzliche Schutzschicht auf den deutschen Markt gebracht, die Früchte länger frisch hält. Bereits heute bieten wir Avocados und Zitrusfrüchte im Frischesafe an und wollen diesen auf das weitere Eigenmarkensortiment ausweiten.



125 TONNEN LEBENSMITTELABFÄLLE WENIGER PRO JAHR*

* bezogen auf die volle Distribution bei Avocados und Orangen allein bei Netto Marken-Discount möglich

REGIONALE IMPULSE

Liebe² – Rettet reife Früchtchen

SAMMLUNG

Im EDEKA-Markt wird nicht mehr verkaufsfähiges, aber noch verzehrbare Obst und Gemüse aussortiert.



Ein Projekt der EDEKA Minden-Hannover

VERARBEITUNG

Aktuell wird das Projekt mit zwei aktiven Partnern in 26 Märkten umgesetzt. Weitere Kooperationen sind in Planung.



VERMARKTUNG

Wertschöpfung, die in der Region bleibt: Die hochwertigen Chutneys werden zum Verkauf im EDEKA-Markt angeboten.



VERARBEITUNG

Innovative Ansätze schaffen Verwertungspotenziale

Innerhalb des EDEKA-Verbands beschreiten wir neue Wege: Nicht mehr verkaufsfähiges Obst und Gemüse erhält im Projekt „Liebe?“ der EDEKA Minden-Hannover und der Diakonischen Stiftung Wittekinds-hof ein „zweites Leben“ als Chutney oder Fruchtaufstrich.



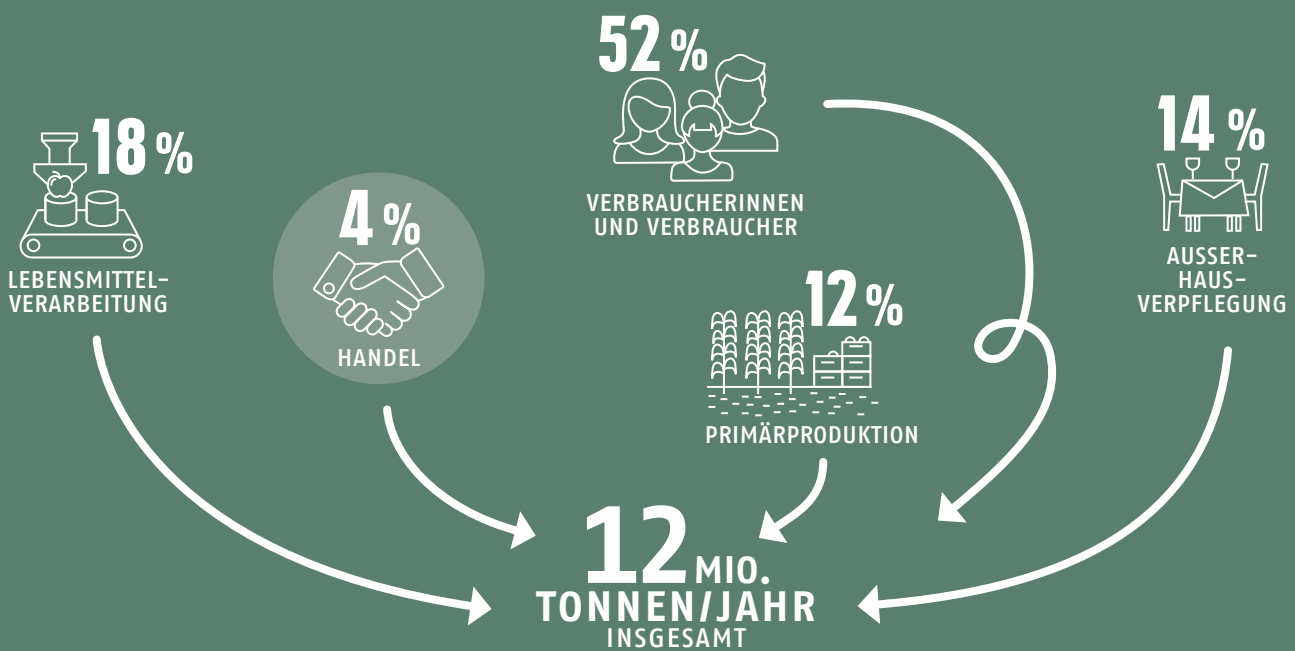
FAKTEN ZUR LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG IN DEUTSCHLAND

12 MIO.
TONNEN
LEBENSMITTELABFÄLLE
PRO JAHR

75 KG
LEBENSMITTELABFÄLLE
JE BUNDESBÜRGER
PRO JAHR

Quelle: Lebensmittelabfälle in Deutschland –
Baseline 2015, Thünen-Institut 2019.

WER WIRFT WIE VIEL WEG?



Quelle: BMEL-Ernährungsreport 2020.

VERLUSTE INNERHALB DER WARENGRUPPEN IM LEH

OBST & GEMÜSE
4,8%*

BROT- &
BACKWAREN
6,8%*

FLEISCH- &
WURSTWAREN
2,2%*

MOLKEREI-
PRODUKTE
1,3%*

* durchschnittliche Abschriften aus Bruch und Verderb in Prozent vom Umsatz

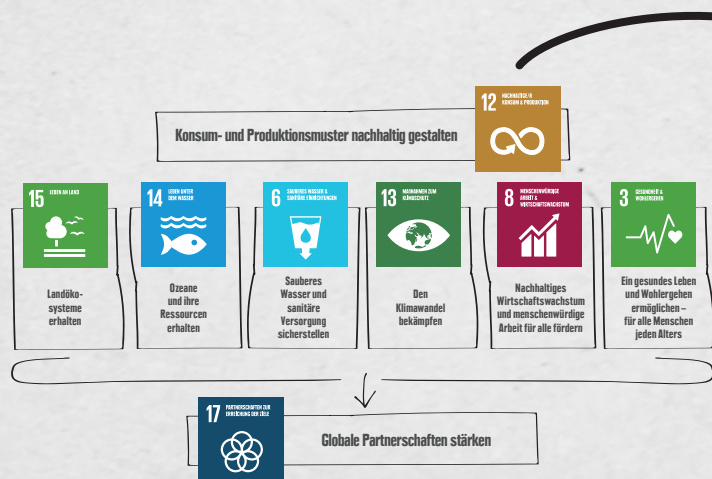
DIE VERWERTUNG UND ABGABE IM HANDEL WIRD DURCH GESETZLICHE VORGABEN IN
DEN BEREICHEN HYGIENE, KENNZEICHNUNG UND HAFTUNG ERSCHWERT.

Quelle: Nahrungsmittelverluste
im LEH 2017, EHI Retail Institute.

LEBENSMITTELABFÄLLE VERMEIDEN – EINE GLOBALE HERAUSFORDERUNG

Nach Schätzungen der Welthungerhilfe landen jährlich rund 1,3 Mrd. Tonnen Lebensmittel auf dem Müll. Mit der Verabschiedung der Agenda 2030 und dem Sustainable Development Goal (SDG) 12.3 hat sich die Weltgemeinschaft daher zum Ziel gesetzt, die Lebensmittelverschwendung bis zum Ende des Jahrzehnts auf Verbraucher- und Einzelhandelsebene zu hal-

bieren. Wenngleich der Anteil des Lebensmitteleinzelhandels an der gesamten Abfallmenge in Deutschland lediglich bei rund vier Prozent liegt, sehen wir uns als EDEKA-Verbund in der Verantwortung, die Umsetzung dieses Ziels – und weiterer SDGs – aktiv mitzugestalten und in unser bestehendes Handeln für mehr Nachhaltigkeit einzubetten.



SDG 12.3

DEN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS VERPFLICHTET:

Bis 2030 die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverlusten verringern.

PARTNER DER POLITIK

NATIONALE STRATEGIE ZUR REDUZIERUNG DER LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

Deutschland hat sich mit seiner nationalen Strategie dem SDG 12.3 verpflichtet. Unter der Federführung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) werden bis 2022 in Dialogforen konkrete Maßnahmen erarbeitet und gemeinsame Zielmarken definiert. Der EDEKA-Verbund verpflichtet sich als Mitglied im Dialogforum Groß- und Einzelhandel zur Abgabe verkehrsfähiger Lebensmittel an soziale Einrichtungen sowie zur Erfassung aussagekräftiger Lebensmittelabfalldaten.

- Freiwillige Vereinbarung 2030
- Messung von Lebensmittelabfällen
- Demonstrationsprojekte

LAUFZEIT BIS
2022

BMEL-STRATEGIE

GRUNDSATZVEREINBARUNG BUNDESVERBAND DES DEUTSCHEN LEBENSMITTELHANDELS E.V. ✓

BETEILIGUNGSERKLÄRUNG EDEKA-VERBUND ✓

BETEILIGUNG DIALOGFORUM GROSS- UND EINZELHANDEL ✓

GEMEINSAM HANDELN IM EDEKA-VERBUND

Der EDEKA-Verbund ist geprägt vom verantwortungsvollen unternehmerischen Denken und Handeln im Zusammenspiel dreier Stufen: der selbstständigen Kaufleute vor Ort, der sieben regionalen Großhandelsbetriebe sowie der EDEKA-Zentrale in Hamburg. Um die vielfältigen Aktivitäten im Unternehmensverbund abzustimmen und dauerhaft einen zielgerichteten und transparenten Austausch zu pfle-

gen, vernetzen sich die CSR-Beauftragten der EDEKA-Regionen, der EDEKA-Zentrale und von Netto Marken-Discount im regelmäßig stattfindenden „Arbeitskreis Nachhaltigkeit“. Dabei rückt auch der tägliche Einsatz unserer Kaufleute für mehr Lebensmittelwertschätzung in den Fokus, deren Engagement jährlich mit der verbundsinternen „Auszeichnung für verantwortungsvolles Handeln“ gewürdigt wird.