

EDEKA

INFORMATIONEN FÜR
POLITISCHE ENTSCHEIDER



ENGAGIERT FÜR MEHR
LEBENSMITTEL-
WERTSCHÄTZUNG



UNSER ENGAGEMENT FÜR MEHR LEBENSMITTELWERTSCHÄTZUNG

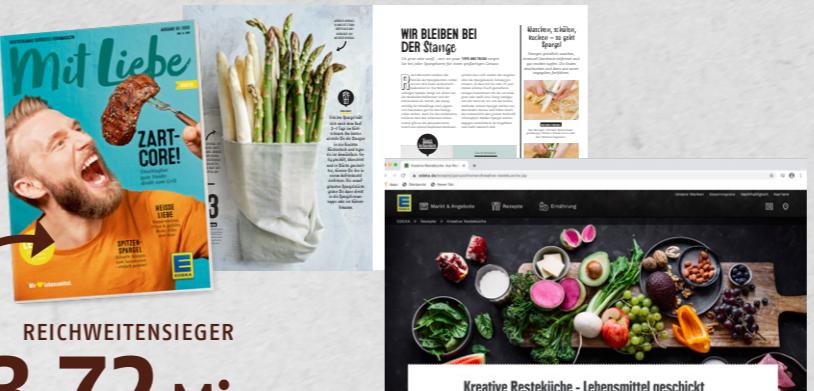
„Wir lieben Lebensmittel“ ist für uns nicht bloß ein Markenclaim, sondern tief in unserer Unternehmensstruktur verwurzelt. Wir agieren ökologisch und ökonomisch verantwortlich, denn Lebensmittel wegzuwerfen bedeutet immer auch ein **wirtschaftliches Verlustgeschäft** für die selbstständigen, genossenschaftlich 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 verbrauchernahе Lösungen, um Lebensmittelabfälle entlang der gesamten Wertschöpfungskette weiter zu reduzieren.



VERBRAUCHER

Mehr Bewusstsein für Lebensmittelwertschätzung 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.



* Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2020.



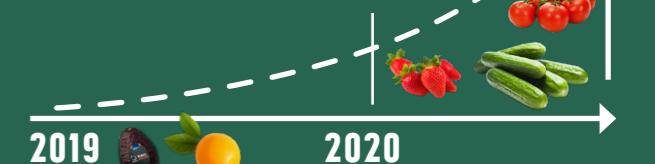
APEEL

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.



Die Ausweitung auf Obst und Gemüse mit verzehrbarer Schale (z. B. Erdbeeren, Gurken oder Tomaten) ermöglicht eine enorme Einsparung von Lebensmittelabfällen.



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

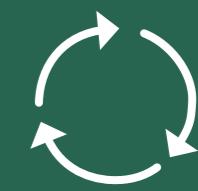
Im EDEKA-Markt wird nicht mehr verkaufsfähiges, aber noch verzehrbares Obst und Gemüse ausgesortiert.



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.



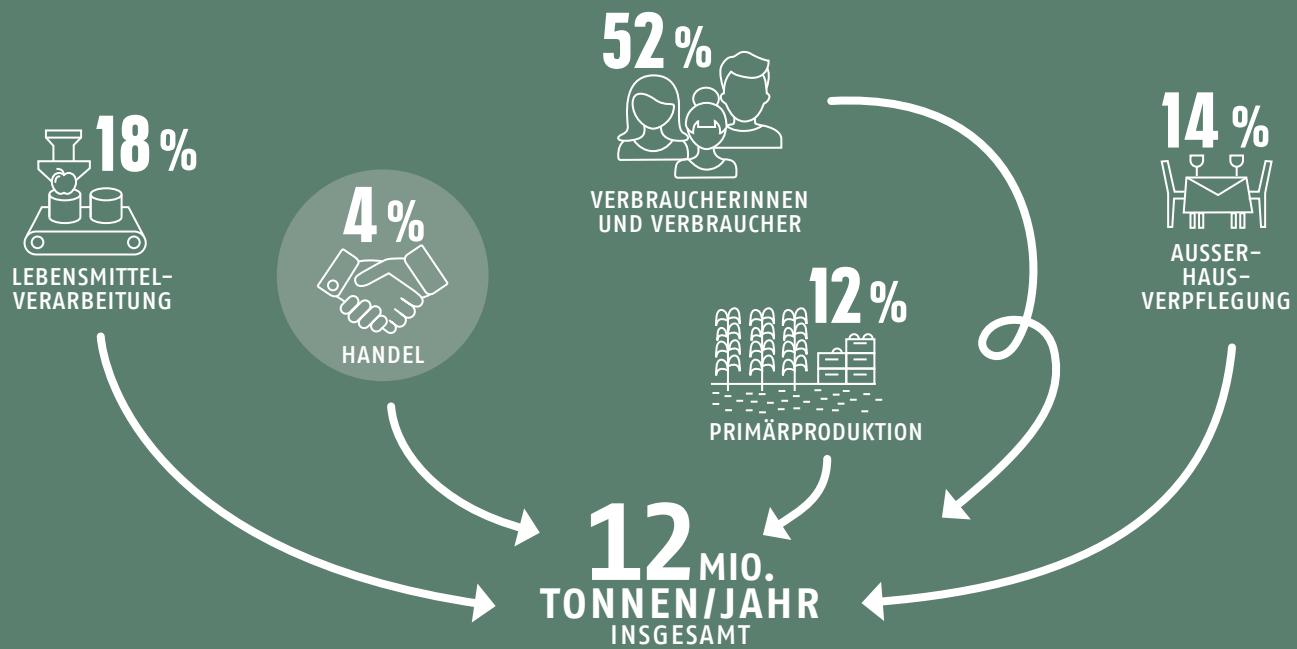
FAKten ZUR
LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG
IN DEUTSCHLAND

12
MIO.
TONNEN
 LEBENSMITTELABFÄLLE
PRO JAHR

75
KG
 LEBENSMITTELABFÄLLE
 JE BUNDES BÜRGER
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 %

**MÖLKEREI-
PRODUKTE**
1,3 %

* durchschnittliche Abschriften aus Bruch und Verderb in Prozent vom Umsatz

Quelle: Nahrungsmittelverluste im LEH 2017, EHI Retail Institute.

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

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 Lebensmittelverschwendungen 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 Nahrungsmittelverschwendungen 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.



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 pfe-

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.