



## **WWF Earth Hour: EDEKA-Zentrale schaltet das Licht aus**

- **Zeichen für den Klimaschutz: EDEKA unterstützt WWF Earth Hour**
- **EDEKA und WWF sind erfolgreiche Partner für Nachhaltigkeit seit 2012**

**Hamburg, 23. März 2017. Die EDEKA-Zentrale unterstützt im Rahmen der Partnerschaft für Nachhaltigkeit die WWF-Klimaschutzaktion Earth Hour bereits zum fünften Mal. Am 25. März heißt es daher wieder „Licht aus!“: In der Zeit von 20:30 Uhr bis 21:30 Uhr werden die Gebäude der Hamburger EDEKA-Zentrale im New-York-Ring verdunkelt. EDEKA unterstreicht mit dieser Aktion die Zielsetzung, den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren und setzt ein Zeichen für den Klimaschutz. Auch die EDEKA-Tochter Netto Marken-Discount beteiligt sich mit ihren bundesweit 19 Niederlassungen und Logistikzentren an der WWF Earth Hour.**

Die inzwischen weltgrößte Klimaschutzaktion findet dieses Jahr bereits zum 11. Mal statt. Unter dem Motto „Für einen lebendigen Planeten“ macht der WWF auch im Jahr 2017 auf die Bedrohung der Artenvielfalt durch Klimawandel und Erderwärmung aufmerksam. Die WWF Earth Hour soll über die 60 Minuten des Lichtausschaltens hinaus nachwirken und motivieren, auch den Rest des Jahres immer wieder klima- und umweltfreundliche Entscheidungen zu treffen. Jeder, der ab und zu das Auto stehen lässt oder auf regionale Bio-Produkte achtet, leistet laut WWF einen Beitrag zum Klimaschutz. Für EDEKA ist Klimaschutz im Sinne verantwortungsvollen Handelns schon lange wirksamer Bestandteil der Unternehmenskultur und wird weiter ausgebaut. In der EDEKA-Zentrale wird das Bewusstsein der Mitarbeiter für einen besseren Klimaschutz durch Mit-Mach-Aktionen, Informationsveranstaltungen und Kampagnen kontinuierlich geschärft und gemeinsam an Lösungen für einen noch besseren Umgang mit den Ressourcen gearbeitet.

In wichtigen Bereichen arbeitet EDEKA seit 2012 auch eng mit dem WWF Deutschland als strategischem Partner für Nachhaltigkeit zusammen. Ziel ist es, den ökologischen Fußabdruck von EDEKA zu reduzieren, unter anderem durch den Ausbau des



Angebots an umweltverträglicheren Produkten und einen schonenderen Umgang mit Ressourcen wie Energie und Wasser. Mit Blick auf den Klimaschutz ist für EDEKA die Begrenzung der globalen Erwärmung auf unter zwei Grad Celsius verglichen mit dem vorindustriellen Niveau ein zentrales Anliegen. EDEKA will den eigenen Ausstoß von Treibhausgasen (THG) unter anderem über ein Klimaschutzprogramm laufend reduzieren. Weitere Informationen zur Partnerschaft für Nachhaltigkeit von EDEKA und WWF unter [www.edeka-verbund.de/wwf](http://www.edeka-verbund.de/wwf).

An der Earth Hour hatten sich 2016 nach Angaben von WWF rund 7000 Städte in 178 Ländern beteiligt, darunter auch 241 deutsche Städte und Gemeinden. An Wahrzeichen wie dem Hamburger Rathaus, dem Brandenburger Tor, dem Kolosseum in Rom oder der Christusstatue in Rio de Janeiro ging während der Earth Hour ebenfalls das Licht aus. Weitere Informationen zur WWF Earth Hour unter [www.wwf.de/earthhour](http://www.wwf.de/earthhour).

## **EDEKA und WWF – strategische 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/Palmkernöl, Soja, Süßwasser, Klima und Verpackungen. 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 – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative**

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 4.000 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'. Von hier erfolgen die Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele wie beispielsweise dem Schaffen durchgängiger IT-Strukturen oder zur Entwicklung zeitgemäßer Personalentwicklung- und Qualifizierungskonzepte für den Einzelhandel. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft und rundet so das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2015 mit rund 11.400 Märkten und 346.800 Mitarbeitern einen Umsatz von 48,4 Mrd. Euro. Mit rund 16.800 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.