



Forschungsprojekt im Auftrag des Umweltbundesamtes unterstreicht:

Partnerschaft von EDEKA und WWF wirkt nachhaltig

- **EDEKA und WWF geben gemeinsam Impulse für Veränderungen im Markt**
- **Aktueller Fortschrittsbericht dokumentiert Nutzen für die Natur**

Hamburg/Berlin, 6. März 2018. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit von EDEKA und WWF ist beispielhaft, sie führt zu Veränderungen über die konkrete Zusammenarbeit hinaus und nützt Umwelt und Natur. Das zeigen auch die jetzt veröffentlichten Ergebnisse eines vom Umweltbundesamt Berlin beauftragten Forschungsprojekts. Die seit 2012 bestehende Partnerschaft von EDEKA und WWF wird hier als positives Beispiel und Vorreiter in Sachen Transparenz aufgeführt.

Was nützt es der Umwelt, wenn eine Naturschutzorganisation und ein Unternehmen kooperieren? Dieser Frage gingen im Auftrag des Umweltbundesamtes Wissenschaftler des Unabhängigen Instituts für Umweltfragen (UfU), des Instituts für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und des Netzwerks engagierter Unternehmen (UPJ) nach. Wesentliche Ergebnisse:

- Das größte Potenzial, eine nachhaltigere Wirtschaftsweise zu bewirken, haben Partnerschaften, die nicht nur Einfluss auf einzelne Produkte, sondern auch auf die Geschäftstätigkeit von Unternehmen nehmen. Die Partnerschaft von EDEKA und WWF sei daher ein positives Beispiel.
- Klare Ziele und Transparenz sind Voraussetzungen, um Nutzen für die Umwelt zu bewirken. Das werde bei EDEKA und WWF durch festgelegte Zielsetzungen, unabhängige Prüfungen und Ergebnisveröffentlichung erfüllt, so die Forscher. Die Partnerschaft nehme auch hier eine Vorreiterrolle ein.

„Die Partnerschaft zwischen WWF und EDEKA wirkt außerdem transformativ, da sie Impulse setzt, die über die Partnerschaft hinausgehen“, so Franziska Sperfeld vom UfU.

Beispiel Fisch: Seit 2009 setzt EDEKA auf Fisch aus nachhaltigen Fischereien - allein zwischen 2009 und 2012 verdreifachte sich der Anteil von zertifiziert umweltschonenden Fischereien am deutschen Markt, heute gehören Nachhaltigkeitszertifizierungen zum Standard.



EDEKA will, unterstützt durch den WWF, nicht einzelne Produkte, sondern gesamte Lieferketten nachhaltiger gestalten. Dr. Marina Beermann, Leiterin der Kooperation mit EDEKA bei WWF Deutschland: „EDEKA hat sich mit uns auf einen anspruchsvollen Weg gemacht und damit Maßstäbe gesetzt. Unsere Partnerschaft hat dazu beigetragen, dass es in Deutschland mittlerweile einen Wettbewerb der Lebensmitteleinzelhändler und Discounter um das beste Nachhaltigkeitskonzept gibt.“ Rolf Lange, Leiter der Unternehmenskommunikation der EDEKA-Zentrale, unterstreicht mit Blick auf die Studie: „Zusammen mit dem WWF schaffen wir Strukturen, mit denen wir nicht nur einmalig bestimmte Ziele erreichen, sondern auf lange Sicht systematisch unseren ökologischen Fußabdruck verringern. Denn wir setzen auf eine ganzheitliche Herangehensweise, nicht auf isolierte Einzelmaßnahmen.“

Nähere Informationen zur Partnerschaft für Nachhaltigkeit:

<https://www.edeka-verbund.de/wwf> und <https://www.wwf.de/edeka>

Fortschrittsbericht 2017 EDEKA und WWF:

http://www.edeka-verbund.de/Unternehmen/de/gesellschaftliche_verantwortung/sortiment/partner_fuer_nachhaltigkeit/zielsetzung/zielsetzung.jsp

UBA-Studie unter:

<https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/innovative-nro-unternehmenskooperationen-fuer>

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/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 – 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 Personalentwicklungs- 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 2016 mit mehr als 11.200 Märkten und 351.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 49,6 Mrd. Euro. Mit rund 16.600 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

WWF Deutschland

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umweltschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Seit über 50 Jahren arbeitet das WWF-Netzwerk rund um den Globus daran, die Umweltzerstörung zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. In mehr als 100 nationalen und internationalen Projekten setzt sich der WWF Deutschland aktuell für den Erhalt der biologischen Vielfalt ein.