



EDEKA-Frischetheken: Mehrwegdose spart Verpackungen ein

- **EDEKA entwickelt Mehrwegsystem für Frischetheken**
- **Haltbare Box statt Plastiktüten oder Papier**
- **Praxistests in EDEKA-Märkten erfolgreich gestartet**

Hamburg, 31. Juli 2018. „Darf’s ein bisschen mehr sein?“ ist die klassische Frage an der Fleisch- oder Käsetheke im Supermarkt. Wenn es aber um die Verpackung geht, wünschen sich viele Verbraucher eher weniger! Daher startet EDEKA jetzt einen wegweisenden Praxistest: In einem Pilotmarkt in Büsum haben Kunden die Möglichkeit, frische Lebensmittel an der Bedientheke mit einer Mehrwegdose einzukaufen. „Das neue System ist einfach, praktisch und hilft dabei, Einwegverpackungen aus Plastik oder Papier zu vermeiden“, so Rolf Lange, Sprecher der EDEKA-Zentrale.

EDEKA und WWF haben sich das klare Ziel gesetzt, sinnvolle Alternativen zu Einwegverpackungen im Einzelhandel zu schaffen. Aus verschiedenen Systemen, die bereits bei EDEKA-Kaufleuten im Einsatz sind, wurde nun ein Konzept entwickelt, das zukünftig breiten Einsatz an den Bedientheken für Wurst und Käse finden könnte. Das Prinzip ist einfach: Der Kunde erhält die Mehrwegdose zusammen mit seiner Ware an der Theke und bezahlt beides an der Kasse. Beim nächsten Besuch bringt er seine Dose wieder mit und gibt sie über eine Sammelbox in den Mehrwegkreislauf. Die gesammelten Dosen werden im Markt gereinigt und stehen dann wieder in einwandfreiem Zustand an den Theken bereit – der Kunde kann sie kostenfrei wieder verwenden.

Initiative von EDEKA-Kaufleuten

Einer der Ideengeber des innovativen Modells ist EDEKA Bergmann in Lüneburg. „Unsere Kunden waren sofort von diesem Angebot begeistert“, so Kauffrau Meike Bergmann, die bereits seit 2016 auf ihre „Frischeboxen“ setzt. Auch andere EDEKA-Kaufleute bieten vergleichbare Lösungen an. Die EDEKA-Zentrale und der WWF haben das Konzept nun geprüft – auch hinsichtlich aller lebensmittelrechtlichen Vorgaben – und für den systematischen Einsatz in den EDEKA-Frischetheken optimiert. Nun startet ein weiterer Praxistest in einem EDEKA-Markt in Büsum. Kaufmann Andreas Jensen: „Mich hat die Idee sofort überzeugt. Mehrweg statt Einweg, das ist der richtige Weg, um Verpackungsmüll zu



vermeiden. Gerade wir EDEKA-Kaufleute mit unseren Frischetheken können gemeinsam mit unseren Kunden hier viel bewirken.“

Verantwortungsvoll verpackt

Gemeinsam mit dem WWF arbeitet der EDEKA-Verbund bereits seit 2015 daran, den ökologischen Fußabdruck im Themenfeld „Verpackungen“ zu reduzieren. Oberste Priorität besitzt dabei immer die Verpackungsvermeidung. Ist der Verzicht nicht möglich, geht es um den möglichst sinnvollen Einsatz von Verpackungen, beispielsweise mittels Förderung von Mehrweg statt Einweg. „Viele Menschen fragen sich beim Einkauf, wie sie selbst einen Beitrag zur Reduzierung des Verpackungsbergs leisten können. Die Mehrwegdose stellt einen sinnvollen Ansatz dar, der es ermöglicht, ganz einfach selbst aktiv zu werden“, sagt Dr. Marina Beermann, Leiterin der Kooperation mit EDEKA bei WWF Deutschland.

Nähere Informationen unter:

https://www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/verpackungen/umweltfreundliche_verpackungen.jsp

<http://www.wwf.de/zusammenarbeit-mit-unternehmen/edeka/edeka-und-verpackungen/>

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-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.800 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 Unternehmensverbands ab. EDEKA erzielte 2017 mit rund 11.430 Märkten und 369.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 51,9 Mrd. Euro. Mit rund 17.150 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.