



EDEKA und WWF – Seit 10 Jahren mehr Umweltschutz in Regalen und Lieferketten

- **2009 Beginn der Zusammenarbeit bei Nachhaltiger Fischerei**
- **Partnerschaftsarbeit erfolgreich – von Banane bis Verpackung**
- **Infokampagne „10 Jahre – 100 gute Nachrichten“ spiegelt Fortschritt**

Hamburg, 11. Februar 2019. Seit zehn Jahren arbeiten EDEKA und WWF zusammen, um Produkte und Lieferketten umweltverträglicher zu machen. Was 2009 mit Nachhaltiger Fischerei begann, ist heute als Partnerschaft für Nachhaltigkeit ein Erfolgsmodell für mehr Umweltschutz im Lebensmitteleinzelhandel. Die Zusammenarbeit verkleinert nicht nur den ökologischen Fußabdruck von EDEKA, sondern verändert auch den Markt: ob bei Fisch, Bananen oder Verpackungen.

„Die Tiefe und der Umfang des Engagements von EDEKA ist einzigartig: Das gesamte Unternehmen wird auf Nachhaltigkeit getrimmt, unsere weltweiten Lieferketten durchleuchtet und unsere Kunden täglich zu Umweltbotschaftern gemacht. Bei täglich 12 Millionen EDEKA-Kunden haben auch kleine Schritte eine große Wirkung“, sagt Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA AG. „Für den WWF hat diese Kooperation Strahlkraft weit über EDEKA hinaus: Wir wollen die Hebelwirkung nutzen, um weitere Märkte zu drehen. Der Erfolg gibt uns recht: Durch die Partnerschaft der letzten 10 Jahre ist Umweltschutz Thema im Lebensmitteleinzelhandel geworden – ob nachhaltiger Fisch, Bioprodukte oder das viel diskutierte Thema Verpackung“, ergänzt Eberhard Brandes, geschäftsführender Vorstand des WWF Deutschland. So ist nachhaltiger Fisch durch das Engagement von EDEKA und WWF inzwischen Standard im deutschen Handel. Der Anteil zertifizierter Fischereien hat sich zwischen 2008 und heute versiebenfacht.

Im Jahr 2009 begann die Partnerschaft mit dem Thema Fisch. Seitdem wurde die Zusammenarbeit zu einer strategischen Partnerschaft in jetzt acht Feldern erweitert – von Fisch über Palmöl bis Süßwasser und Verpackungen. Da der größte Teil der Umweltauswirkungen bereits bei der Herstellung von Lebensmitteln auftritt, arbeiten die Partner auch daran, EDEKAs Warenbezug von vielgenutzten Rohstoffen zu verändern - ein entscheidender Schlüssel, um den eigenen ökologischen Fußabdruck zu verbessern. Hinzu



kommt die Arbeit in gemeinsamen Projekten, um den Anbau von Lebensmitteln, etwa Orangen oder Bananen, umweltverträglicher zu machen. Seit 2015 ist auch das Tochterunternehmen Netto Marken-Discount in die Partnerschaft einbezogen.

EDEKA WWF Partnerschaft: Pioniere von Fisch bis Verpackung

Die folgenden Fakten belegen die Wirkung der Partnerschaft:

- Das EDEKA Fisch-Eigenmarken-Sortiment wurde zu 80% auf nachhaltige Quellen umgestellt. Durch beispielsweise Verzicht auf Aal wurden über 60.000 der gefährdeten Tiere gerettet; durch Thunfisch aus traditioneller Handangelei wurden schon 40.000 Tonnen Beifang vermieden.
- 100 % des Palmöls in EDEKA Eigenmarken ist zertifiziert. Auf einer Fläche von 2.813 Fußballfeldern wird dadurch Palmöl nachhaltiger erzeugt.
- 100 % des EDEKA Grillkohlsortiments ist nachhaltig zertifizierte Qualität, jeder 7. Grillfreund in Deutschland kann so umweltbewusst grillen.
- Verpackung ist nicht nur Plastik: Bereits fast alle (95%) EDEKA Eigenmarkenverpackungen aus Papier/ Pappe sind auf Recyclingmaterial oder FSC umgestellt. Das gilt auch für 2,3 Milliarden EDEKA Getränke- und Milchkartons seit 2013.
- Allein bei den EDEKA Eigenmarken-PET-Wasserflaschen wurden durch technische Innovation seit 2008 rund 80.000 Tonnen Plastik eingespart.
- EDEKA hat 2016 die erste Recycling-Tiefkühltragetasche überhaupt eingeführt und seitdem über 700 Tonnen neuen Kunststoff eingespart.
- Um ca. 95 Millionen wurde die Zahl der Knotenbeutel bei EDEKA bereits in den letzten drei Jahren reduziert.
- 75.000 Tonnen CO₂ hat EDEKA in nur einem Jahr durch den Einsatz von Obst und Gemüse-Mehrwegkisten eingespart.
- Bereits 2014 wurde beim Bananenanbau ein umfassendes Projekt gestartet und so der Maßstab für nachhaltiger und sozialverträgliche Bananen aus konventionellem Anbau gesetzt. So wurde der Pestizideinsatz in nur zwei Jahren um durchschnittlich 24 Prozent verringert und 33 Hektar an Pufferzonen geschaffen, um die natürlichen Ökosysteme um die Farmen zu schützen.
- Auch beim Orangenanbau zeigen die Partner, wie es nachhaltiger geht: Die Pilot-Finca im andalusischen Zitrusprojekt hat allein in einer Saison über 200 Millionen Liter Wasser



eingespart und seit 2015 den Einsatz chemischer Pflanzenschutzmittel um rund 90 Prozent pro Hektar reduziert.

- Auf einer Fläche von rund 50.000 Fußballfeldern fördern EDEKA und WWF im Rahmen des Projekts „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ die heimische Tier- und Pflanzenwelt in Norddeutschland.

Die Fortschritte und Erfolge der Partnerschaft vermitteln EDEKA und WWF ab Februar mit der Informationskampagne „10 Jahre – 100 gute Nachrichten“. Sie läuft das ganze Jahr über und wird Kunden weiter für den Umweltschutz mobilisieren.

Nähere Informationen zur Partnerschaft von EDEKA und WWF und zu „10 Jahre – 100 gute Nachrichten“ finden Sie unter:

www.edeka-verbund.de/wwf

www.wwf.de/edeka

www.edeka.de/100gutenachrichten

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 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 Unternehmensverbunds 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.

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



PRESSE-INFORMATION

Umweltzerstörung zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. In mehr als 1.300 nationalen und internationalen Projekten setzt sich der WWF Deutschland aktuell für den Erhalt der biologischen Vielfalt ein.