



EDEKA: Mehrwegnetze als umweltfreundliche Alternative

- **Bereits rund 95 Millionen Einwegplastikbeutel bei EDEKA eingespart**
- **Recyclbare Mehrwegnetze entlasten Umwelt bei vielfachem Gebrauch**
- **Marktaktion mit Gratis-Mehrwegnetz fördert Bekanntheit und Nutzung**

Hamburg, 3. April 2019. Plastikmüll ist weltweit ein Problem und Deutschland steuerte laut Umweltbundesamt allein 2016 rund 3,1 Millionen Tonnen Kunststoffverpackungsabfall bei. EDEKA arbeitet bereits seit Jahren mit Unterstützung von WWF daran, Verpackungen zu vermeiden und zu reduzieren sowie Mehrweglösungen zu fördern. Das entspricht auch dem Wunsch von immer mehr Kunden: Sie möchten zum Beispiel auf die dünnen Plastiktüten in den Obst- und Gemüseabteilungen verzichten. Daher bieten inzwischen bundesweit immer mehr EDEKA-Märkte Mehrwegnetze als umweltfreundliche Alternative an.

Die EDEKA-Mehrwegnetze sind waschbar, langlebig und recycelbar: Daher können sie im Gegensatz zu den dünnen Plastikbeuteln und Papiertüten vielfach wiederverwendet werden, falls Obst und Gemüse nicht direkt aufs Kassenband gelegt werden. Damit lassen sich pro Netz viele tausend Einwegtüten einsparen. Auf diese Weise fördert EDEKA auch den Verkauf von unverpacktem Obst und Gemüse. Durch das Angebot von Mehrwegnetzen und die Hinweise in vielen Obst- und Gemüseabteilungen, häufiger ganz auf die dünnen Knotenbeutel zu verzichten, hat EDEKA in drei Jahren bereits rund 95 Millionen Stück eingespart. Mit der bundesweiten Verfügbarkeit der Mehrwegnetze soll der Verbrauch weiter gesenkt werden. Eine derzeit laufende Aktion in vielen Märkten des genossenschaftlichen EDEKA-Verbundes mit Äpfeln im Gratis-Mehrwegnetz will die Bekanntheit und Nutzung der Mehrwegnetze bei den Kunden fördern und so ebenfalls den Verbrauch von Einwegtüten reduzieren.

Verpackungsvermeidung und Verpackungsoptimierung sind seit Jahren wichtige Anliegen von EDEKA. Das Thema Verpackungen gehört seit 2015 auch zu den Schwerpunktthemen von EDEKA im Rahmen der Partnerschaft für Nachhaltigkeit mit dem WWF. Ziel ist es, bei den Eigenmarken möglichst Verpackungen zu vermeiden oder zu reduzieren, Mehrweg statt Einweglösungen zu nutzen sowie verstärkt auf Recyclingmaterial und Recyclingfähigkeit zu achten.



Beim Thema Plastikvermeidung hat EDEKA für seine Eigenmarken bereits viel erreicht, hier einige Beispiele:

- EDEKA hat bei seinen Eigenmarken-PET-Wasserflaschen den Materialeinsatz auf das technisch mögliche Minimalgewicht reduziert und dadurch 80.000 Tonnen Plastikmüll eingespart.
- Nahezu alle Obst- und Gemüse-Produkte bietet EDEKA auch lose an und kennzeichnet viel mit Etiketten oder auch „Smart Branding“. Allein mit dieser Laserbeschriftung lassen sich 50 Tonnen Plastik jährlich einsparen.
- Um Einweg-Plastikgeschirr wie Teller, Becher oder Trinkhalme zu vermeiden, entwickelt EDEKA gezielt Mehrweg-Alternativen. Ende 2019 wird EDEKA keine solchen Einwegartikel mehr unter seinen Eigenmarken anbieten.
- Für die Frischetheken hat EDEKA Lösungen zur Vermeidung von Plastik- und Einweg-Verpackungen entwickelt, z.B. mit Mehrwegdosen im Kreislaufsystem.
- EDEKA hat 2016 die erste Recycling-Tiefkühltragetasche eingeführt und damit bereits über 700 Tonnen neuen Kunststoff eingespart.

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

EDEKA und WWF feiern das Jubiläum ihrer Partnerschaft 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 seit inzwischen 10 Jahren 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.