



Grüner Grillen

EDEKA und WWF: Diese Kohle macht sich bezahlt

- Grillkohle der EDEKA-Eigenmarken zu 100 Prozent nachhaltig zertifiziert
- Jeder 7. in Deutschland kann damit umweltbewusster Grillen
- Schutz der Wälder ist ein zentrales Thema der Partnerschaft für Nachhaltigkeit

Hamburg/Berlin, 20. Mai 2019. Mehr als 95 Prozent der Deutschen grillen laut einer Umfrage von Statista gern. Und wenn der Grill angeworfen wird, dann wird immer noch meist ganz klassisch Holzkohle verwendet. 2018 war das eine Menge von rund 250.000 Tonnen. Grillgenuss sollte aber nicht zu Lasten der Umwelt gehen. Daher rät der WWF, dass die Grillkohle mindestens aus dem Holz nachhaltig bewirtschafteter Wälder hergestellt sein sollte – um illegale Waldrodung zu verhindern und Klima und Artenvielfalt zu schützen. Als erster deutscher Lebensmitteleinzelhändler hat EDEKA bereits 2016, unterstützt von WWF als Partner für Nachhaltigkeit, das gesamte Eigenmarken-Grillkohlesortiment auf FSC-zertifizierte Qualität umgestellt.

„Holzkohle fällt nicht unter die europäische Holzhandelsverordnung“, so Dr. Marina Beermann, WWF-Leiterin der EDEKA-Partnerschaft. „Deshalb haben weder die eigentlich dafür zuständigen Behörden noch der Zoll eine Handhabe bei Grillkohle-Importen aus illegaler Waldrodung. Legalität ist bei in Deutschland verkaufter Grillkohle rein freiwillig. EDEKA geht mit gutem Beispiel voran und zeigt, dass mehr Nachhaltigkeit auch bei Grillkohle möglich ist.“

„Holz und Papier ist einer der Schwerpunkte in der Zusammenarbeit von EDEKA und WWF. Daher sind Produkte der EDEKA-Eigenmarken aus Holz, Papier und Zellstoff, darunter auch die Grillkohle, zu 100 Prozent nachhaltig zertifiziert. Wir arbeiten kontinuierlich daran, diesen Status zu sichern und weiter zu verbessern, zum Beispiel Altpapieranteile auszubauen“, so Rolf Lange, Leiter Unternehmenskommunikation der EDEKA-Zentrale. Auch sind bereits 95 Prozent der Papp- und Papierverpackungen der Eigenmarken auf nachhaltiges Material mit FSC-Siegel oder Blauem Engel umgestellt. Das sind immerhin die Verpackungen von 2.200 Produkten. Darunter fallen auch 2,3 Milliarden



Getränke- und Milchkartons, die seit 2013 umgestellt wurden. An den Transportverpackungen wird ebenfalls erfolgreich gearbeitet. Auch weitere Maßnahmen tragen dazu bei, Wälder zu schützen: So druckt EDEKA seine Magazine wie z.B. das Kundenmagazin „Mit Liebe“ auf 100% zertifiziertes Altpapier. Und bei jedem Kauf eines EDEKA smart Mobilfunk-Startersets fördert EDEKA das WWF-Waldschutzprogramm, das sich in knapp 90 Ländern und 300 Projekten gegen die Zerstörung der Wälder weltweit einsetzt. Dabei werden Regen- sowie heimische Wälder geschützt und aufgeforstet.

Weitere Informationen zur Partnerschaft für Nachhaltigkeit und ihren Fortschritten:

www.edeka-verbund.de/wwf

<https://www.wwf.de/zusammenarbeit-mit-unternehmen/edeka/>

<https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Fortschrittsbericht-2018-WWF-EDEKA.pdf.pdf>

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-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.700 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 2018 mit rund 11.300 Märkten und 376.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 53,6 Mrd. Euro. Mit rund 18.000 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 1.300 nationalen und internationalen Projekten setzt sich der WWF Deutschland aktuell für den Erhalt der biologischen Vielfalt ein.