



EDEKA verzichtet bei allen Gurken auf Plastik – auch bei Tomaten weitere Einsparungen

- Verzicht auf Folie bei Gurken spart über 90 Tonnen Plastik pro Jahr ein
- Auch bei Tomaten setzt EDEKA auf plastikfreie Alternativen
- Verpackungsstrategie mit drei Säulen: Reduktion, Mehrweg und Recycling
- Mehrwöchige Informationsoffensive auf allen Kanälen

Hamburg, 5. September 2019. EDEKA bietet alle Salatgurken ab sofort nur noch unverpackt an und spart damit 94 Tonnen Plastik pro Jahr ein. Das gilt für alle konventionellen und Bio-Salatgurken, die vom EDEKA Fruchtkontor zentral eingekauft und an den Einzelhandel geliefert werden. Auch Tomaten werden in den EDEKA-Märkten immer häufiger lose oder in Kartonschalen statt in Plastik angeboten. Aber nicht nur bei Obst und Gemüse, sondern über das gesamte Eigenmarkensortiment hinweg optimiert der EDEKA-Verbund alle Produkte mit Blick auf ihre Verpackung. „Wir setzen an drei Hebeln an: Da wo es möglich ist, verzichten wir auf Plastik. Gleichzeitig fördern wir Mehrweglösungen und erhöhen drittens den Anteil an recycelten Materialien“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA-Zentrale. „Wir wollen aber auch das Bewusstsein dafür schärfen, dass jeder Einzelne beim Einkauf die Wahl hat.“ Mit dieser Zielsetzung startet EDEKA heute eine umfangreiche Informations-offensive, um bei den Verbrauchern für die Nutzung umweltfreundlicher Alternativen zu werben.

Unter dem Motto „unverpackt“ rückt EDEKA das Thema Plastikverpackung auf allen Kanälen in den Fokus. Bis Ende September werden die drei EDEKA-Strategien Reduktion, Mehrweg und Recycling anhand konkreter Produktbeispiele vorgestellt. Auch mit unkonventionellen Mitteln – etwa mit dem neuen [Online-Video „unverpackt“](#), das ab heute bei EDEKA auf YouTube und Facebook für Aufmerksamkeit sorgt.



Gurken ganz unverhüllt

Die Zwischenbilanz des Händlers kann sich sehen lassen: EDEKA hat aktuell die geringste Plastikquote in den Obst- und Gemüseabteilungen und bietet bereits mehr als die Hälfte dieses Sortiments ohne Plastikverpackung an. Das hat ein Marktcheck* der Verbraucherzentralen im Mai 2019 ergeben. Und diese Quote wird weiter sinken: Ab sofort verzichtet das EDEKA Fruchtkontor, das den Einzelhandel bundesweit mit Obst und Gemüse beliefert, vollständig auf die Plastikfolie, mit der bislang noch ein Teil der Salatgurken eingeschweißt wurden. Auch bei anderen umsatzstarken Produkten hat EDEKA Fakten geschaffen: So werden allein bei Rispen Tomaten pro Jahr 5,4 Millionen Plastikschaalen durch Pappkartonschaalen ersetzt. Ein weiteres Beispiel: Durch die Kennzeichnung vieler Früchte und Gemüsesorten mit Etiketten oder Laserdruck (Smart Branding) lassen sich rund 50 Tonnen Kunststoff pro Jahr einsparen.

Mehrwegweisend!

Auch mit Mehrwegangeboten sorgt EDEKA für weniger Plastikmüll. So werden Mehrwegnetze als Alternative zu den dünnen Plastikbeuteln für Obst und Gemüse angeboten. EDEKA hat so in dreieinhalb Jahren bereits über 100 Millionen konventioneller Knotenbeutel eingespart. Immer mehr Verbreitung finden auch Mehrwegboxen oder Tablett-Lösungen an den Frischetheken für Fleisch und Wurst. Allein im Büsser Pilotmarkt EDEKA Jensen sind schon über 2.000 der wiederbefüllbaren Dosen im Umlauf. Bereits seit langem in fast allen Märkten des EDEKA-Verbunds etabliert: ressourcenschonende Mehrwegsysteme für Getränke, vor allem auch für Mehrwegglasflaschen regionaler Abfüller.

Ein dritter Baustein zur Reduzierung von Verpackungsmüll ist die Wiederverwendung von Wertstoffen. Der EDEKA-Verbund arbeitet konsequent daran, den Anteil von Recycling-Materialien in den Verpackungen seiner Eigenmarkenartikel zu steigern. So haben beispielsweise die Orangensaft-Flaschen der Eigenmarke GUT&GÜNSTIG einen Recycling-Kunststoffanteil von mittlerweile 50 Prozent, dies spart 87 Tonnen Neuplastik pro Jahr ein.

Weitere Informationen unter: www.edeka.de/weniger-plastik



*Marktcheck der Verbraucherzentrale Hamburg / Bundesverband in 42 Filialen der wichtigsten Lebensmittelhändler Deutschlands, darunter EDEKA. Überprüft wurden 1.394 Angebote im Sortiment von Tomaten, Möhren, Paprika, Gurken und Äpfeln. Veröffentlicht am 14.05.2019.

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.

EDEKA Zentrale AG & Co. KG
Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
verbund.edeka

