



EDEKA tritt der „Sustainable Agriculture Initiative Platform“ (SAI Platform) bei:

EDEKA-Verbund baut nachhaltige Beschaffung aus

- SAI ist internationale Initiative für nachhaltige Landwirtschaft in Lieferketten
- EDEKA wird als erster deutscher Lebensmittelhändler SAI Platform-Mitglied
- WWF unterstützt Ausbau nachhaltigerer Lieferketten bei Agrarrohstoffen

Hamburg / Berlin, 2. Oktober 2019. Der EDEKA-Verbund ist der internationalen Sustainable Agriculture Initiative Platform (SAI Platform) beigetreten, als erster Lebensmittelhändler aus Deutschland. Ziel von EDEKA und der Unternehmenstochter Netto Marken-Discount ist es, die oftmals globalen Wertschöpfungsketten landwirtschaftlicher Erzeugnisse langfristig und systematisch nachhaltiger zu gestalten. EDEKA und Netto engagieren sich, unterstützt von WWF als Partner für Nachhaltigkeit, bereits seit zehn Jahren für mehr Nachhaltigkeit bei Produkten, aber auch in ganzen Lieferketten. Seit 2012 sind die „Beschaffungsrisiken kritischer Agrarrohstoffe“ daher bereits ein Schwerpunkt in der gemeinsamen Arbeit von EDEKA, Netto und WWF, seit 2017 im eigenen Themenfeld Beschaffungsmanagement. Mit dem SAI Platform-Beitritt können die Partner Lieferantenbewertungen einfacher und auf Basis belastbarer Zertifizierungen umsetzen.

Die Sustainable Agriculture Initiative Platform (SAI Platform) ist eine führende Initiative für nachhaltige Landwirtschaft in den Wertschöpfungsketten der globalen Nahrungsmittel- und Getränkebranche. Denn Produkte wie Weizen, Zuckerrohr, Kakaobohnen, Reis oder Nüsse werden in verschiedenen Ländern weltweit erzeugt, verarbeitet und ex- beziehungsweise importiert. Auch bei komplexen Lieferketten sollte die umwelt- und sozialverträgliche Herstellung landwirtschaftlich erzeugter Rohstoffe und verarbeiteter Agrarprodukte gesichert sein.

„Ziel von EDEKA-Verbund und WWF im gemeinsamen Arbeitsschwerpunkt Beschaffungsmanagement ist es, ökologische und soziale Beschaffungsrisiken von Agrarrohstoffen zu identifizieren“, so Rolf Lange, Leiter Unternehmenskommunikation



der EDEKA-Zentrale. So kann abgeleitet werden, was unternommen werden kann, um diese Risiken zu vermindern oder auszuräumen. Dazu gehören etwa Schulungen und Zertifizierungen. Lieferanten haben die Chance, sich so nachhaltiger aufzustellen und die gesamte Wertschöpfungskette wird transparenter. EDEKA, Netto und WWF haben bereits verschiedene Hotspot-/Risikoanalysen im Obst und Gemüse-Bereich durchgeführt. Diese Analysen zeigen auf, bei welchen Rohstoffen potentiell die größten sozialen und ökologischen Risiken bestehen. Im nachfolgenden „Reality Check“ sollen auf Farm-Ebene die realen sozialen und ökologischen Risiken bei den Produzenten eingeschätzt werden.

„Obst, Gemüse und andere Feldfrüchte werden heute aus der ganzen Welt bezogen, doch häufig ist ihr Anbau mit ökologischen und sozialen Problemen verbunden. Wir begrüßen, dass der EDEKA-Verbund sich im deutschen Lebensmitteleinzelhandel als erster im internationalen Schulterchluss vernetzt. So können wir Wissen austauschen, Schwachstellen aufspüren und ganz konkret vor Ort auf den Farmen schneller Abhilfe schaffen“, so Dr. Marina Beermann, Leiterin der Partnerschaft auf Seiten des WWF. Denn bei Nachhaltigkeitsbewertungen von landwirtschaftlichen Erzeugern im Rahmen der SAI Platform werden Anbaupraktiken überprüft und aufgezeigt, welche anerkannten Standards und Trainingsmaßnahmen genutzt werden können, um die Bedingungen vor Ort zu verbessern.

Weitere Informationen unter:

<https://www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/beschaffung/beschaffungsmanagement.jsp>
<https://saiplatform.org/>

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 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.de





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.