



**Mehrweg statt Einweg:**

## **EDEKA-Verbund spart Plastikdeckel auf Joghurtbechern ein**

- **Umweltfreundliche Lösung für Joghurt & Co. im 500-Gramm-Becher**
- **Mehrweg-Frischedeckel ersetzt die üblichen Plastik-Einwegdeckel**
- **Umstellung spart mehr als 300 Tonnen Plastik pro Jahr ein**

**Hamburg, 29. Oktober 2019. Der EDEKA-Verbund verzichtet bei vielen Eigenmarken-Milchprodukten im 500g-Becher zukünftig auf die üblichen Plastikdeckel. Als Alternative bieten EDEKA und Netto Marken-Discount als erste Händler wiederverwendbare Mehrweg-Frischedeckel an. Auf diese Weise lassen sich jährlich über 300 Tonnen Plastik einsparen. Mit diesem Angebot setzt der EDEKA-Verbund sein Engagement zur systematischen Reduktion von Verpackungen aus Plastik bei seinen Eigenmarken weiter fort.**

Die Verpackung von Eigenmarken-Milchprodukteartikeln wie Joghurt oder Skyr in der Großpackung (500 g) besteht meist aus Plastikbecher, versiegelnder Folie („Platine“) und einem Plastikdeckel. Mit dem Deckel kann der Verbraucher das Produkt wiederverschließen und im Kühlschrank einige Tage aufbewahren. Danach wandert der Deckel üblicherweise in den Müll – doch damit ist nun Schluss: EDEKA und Netto Marken-Discount bieten nun die ersten Großbecher „oben ohne“ an. Damit die Produkte trotzdem frisch bleiben, haben die Händler einen Mehrweg-Deckel aus Silikon entwickelt. Einmal erworben, kann er zuhause vielfach wiederverwendet werden und punktet damit in der Ökobilanz deutlich gegenüber der bisher üblichen Einweglösung.

EDEKA startet Anfang November, ab dann werden acht Artikel von GUT&GÜNSTIG, EDEKA und EDEKA BIO im 500g-Becher ohne Plastikdeckel ausgeliefert. Netto Marken-Discount hat bereits mehrere 500g-Joghurt- und -Puddingbecher ohne Plastikdeckel in die Regale gebracht. Die passenden Mehrweg-Frischedeckel zum Wiederverschließen und vielfachen Gebrauch sind ebenfalls ab November in der Zweier-Packung erhältlich.



Verpackungsvermeidung und -optimierung sind seit Jahren wichtige Anliegen von EDEKA. Dabei verfolgt der Verbund einen ganzheitlichen Ansatz: Grundsätzlich gilt es, den Verpackungsverbrauch wo möglich zu vermeiden. Ist die Vermeidung nicht möglich, setzt EDEKA auf das Prinzip „Mehrweg statt Einweg“. Darüber hinaus wird der Einsatz von Recycling-Rohstoffen forciert. Nachfolgend einige Beispiele für das Engagement:

- Nahezu alle Obst- und Gemüse-Produkte bietet EDEKA auch lose an oder kennzeichnet sie mit Etiketten und Lasertechnik. Ein Marktcheck der Verbraucherzentralen hat 2019 ergeben, dass EDEKA im Lebensmitteleinzelhandel mit Abstand die geringste Plastikquote in den Obst- und Gemüseabteilungen hat.
- An den Frischetheken für Fleisch und Wurst bieten immer mehr EDEKA-Märkte ihren Kunden die Möglichkeit, die Einkäufe in Mehrwegboxen oder selbst mitgebrachte Behälter einzupacken.
- Auch in der Getränkeabteilung sind EDEKA und Netto Marken-Discount Vorreiter bei Mehrweg und bieten ein breites Angebot an Getränken in Mehrweggebinden – darunter viele regionale und lokale Markenprodukte.

Mehr Informationen:

[https://www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/verpackungen/umweltfreundliche\\_verpackungen.jsp](https://www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/verpackungen/umweltfreundliche_verpackungen.jsp)

## **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](mailto:presse@edeka.de)

[verbund.edeka.de](http://www.verbund.edeka.de)

