



MSC-Thunfischbericht 2020

MSC-Zertifikat: EDEKA hat die meisten Eigenmarkenprodukte mit Umwelt-Siegel

- 94 Prozent aller Thunfischprodukte mit MSC-Zertifikat
- Platz 1 im Vergleich der Lebensmitteleinzelhändler
- WWF-Partnerschaft: Engagement soll weiter ausgearbeitet werden

Hamburg, 02. September 2020. EDEKA lässt Worten Taten folgen: Seit Februar stellt der Verbund sein gesamtes Thunfischsortiment konsequent auf MSC-zertifizierte Produkte und damit auf Nachhaltigkeit um. Mit Erfolg, denn EDEKA hat bereits 94 Prozent seiner Produkte umgestellt und liegt damit unter allen Einzelhändlern auf Platz 1. Das geht aus dem aktuellen MSC-Thunfischbericht 2020 hervor.

Dass sich EDEKA im Rahmen einer nachhaltigen Fischeinkaufspolitik, unterstützt vom WWF, seit über zehn Jahren für den Fischbezug aus verantwortungsvollen Quellen engagiert, belegt der MSC-Thunfischbericht jetzt schwarz auf weiß: Mit 94 Prozent sind nahezu alle Thunfischprodukte mit dem MSC-Umweltsiegel ausgestattet. Damit hat EDEKA in kurzer Zeit Rewe von Platz 1 verdrängt und liegt im Vergleich zu allen anderen Lebensmitteleinzelhändlern auf dem vordersten Platz. „Damit hat EDEKA, gemeinsam mit WWF als Partner, einen weiteren Meilenstein bei der Ausrichtung des Fischsortiments erreicht und ein deutliches Zeichen im deutschen Markt gesetzt“, sagt Rolf Lange, Leiter Unternehmenskommunikation der EDEKA-Zentrale.

Thunfisch steht in der Fisch-Beliebtheitsskala der deutschen Verbraucher auf Platz vier. „Fast drei Viertel des Thunfischs landen als Konserven im Einkaufskorb, besonders beliebt sind dabei die Eigenmarken. Daher ist die Umstellung auf zertifizierte Ware mit MSC-Siegel auch im Eigenmarken-Preiseinstieg ein wegweisender Schritt des EDEKA-Verbundes“, so Dr. Marina Beermann, Leiterin der Partnerschaft auf Seiten des WWF.

Schon jetzt erfüllen sogar fast alle Eigenmarkenprodukte mit Thunfischanteil nicht nur von WWF anerkannte ökologische Standards, sondern sind auch entsprechend zertifiziert und mit Siegel versehen. Eine Zertifizierung erfolgt entsprechend der Kriterien unabhängiger Prüforganisationen. Daher befindet sich auf den Verpackungen zusätzlich der WWF-Panda: Er hilft den Kunden, die nachhaltigen (Thun-) Fischprodukte leichter im Regal und im Tiefkühlschrank zu finden. Alle Thunfischkonserven verfügen außerdem über einen QR-Code, über den der Kunde die Herkunft, die Fangmethode und die Zertifizierung direkt zurückverfolgen kann.

GUT&GÜNSTIG Thunfisch Filets



Ob als Powerzutat im Salat, als Topping auf knuspriger Pizza, in Pasta Saucen, oder als raffiniertes Brotbelag: Eingelegter Thunfisch ist beliebt und beweist sich als wahrer Allrounder. Die GUT&GÜNSTIG Thunfisch Konserven sind nachhaltige,

MSC-zertifizierte Ware und tragen das WWF-Panda Siegel. Der Fisch stammt aus traditioneller und nachhaltiger Fischerei, bei der schonende Fischfangmethoden angewendet werden, die weniger Beifang beinhalten.

- Thunfisch (Skipjack) aus MSC-kontrolliertem Fischfang
- MSC Zertifizierung und WWF-Panda
- 4 Sorten: Thunfischfilets in Sonnenblumenöl; Thunfischfilets in Olivenöl; Thunfischfilets in eigenem Saft und Aufguss; Thunfischstücke mit Gemüse in Dressing
- Inhalt: 195g / Abtropfgewicht: 150g (Thunfischfilets in Olivenöl Inhalt: 185g)



Nähere Informationen zur Partnerschaft für Nachhaltigkeit und zum Themenfeld Fisch finden Sie unter:

<https://verbund.edeka/verantwortung/projekte-partnerschaften/ökologisches-engagement/partnerschaft-mit-dem-wwf/>

<http://msc.org/de/thunfischbericht>

<https://www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/fisch/index.jsp>

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

EDEKA und WWF: Seit über 10 Jahren mehr Umweltschutz in Regalen und Lieferketten

Die im Jahr 2009 begonnene Kooperation von EDEKA und WWF zum Schutz der Meere und für nachhaltige Fischerei wurde 2012 zu einer umfassenderen und langfristigen Partnerschaft für Nachhaltigkeit weiterentwickelt. Der WWF berät EDEKA seit über 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" und gibt vielfältige Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft. Fachhandelsformate wie BUDNI oder NATURKIND, online-basierte Lieferdienste und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2019 mit rund 11.200 Märkten und 381.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 55,7 Mrd. Euro. Mit rund 18.300 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: produkt-pr@edeka.de

[verbund.edeka](https://www.verbund.edeka)

