



## **EDEKA und Netto setzen Zeichen im deutschen Lebensmittelhandel: Orangensaft? Nur noch zertifiziert nachhaltig!**

- **Alle Säfte und Nektare der Eigenmarken mit Rainforest Alliance Certified- oder Bio-Siegel**
- **Wichtiger Schritt für die Umwelt – Mehr Auswahl für nachhaltigeren Genuss**

**Hamburg, 20. Januar 2020. Der EDEKA-Verbund hat – als erster Lebensmittelhändler in Deutschland überhaupt – sein komplettes Eigenmarken-Sortiment auf zertifiziert nachhaltigeren Orangensaft umgestellt. Die Produkte tragen entweder das Biosiegel oder das Umwelt- und Sozialsiegel Rainforest Alliance Certified. Die gesiegelten Artikel sind ab April in EDEKA-Märkten und Filialen von Netto Marken-Discount bundesweit erhältlich. „Deutschland ist weltweit der größte Fruchtsaft-Markt pro Kopf und Orangensaft ist zusammen mit Apfelsaft der Kundenliebling. Daher ist unser zertifiziertes Orangensaftangebot ein wichtiger Schritt für die Umwelt und bietet unseren Kunden mehr Auswahl für einen nachhaltigeren Genuss“, so Rolf Lange, Leiter Unternehmenskommunikation der EDEKA-Zentrale.**

Die Komplettumstellung auf zertifiziert nachhaltigere Ware umfasst alle gekühlten und ungekühlten Direkt- und Konzentratsäfte der Eigenmarken\*, aber auch die Eigenmarken-Orangensaft-Nektare und selbst Kleingebinde wie die Saft-Trinkpäckchen. EDEKA und Netto kümmern sich also nicht nur um die reinen Säfte, sondern auch die Produkte, die Orangensaftanteile enthalten. Auch weitere Säfte von EDEKA und Netto aus exotischen Früchten – wie Banane und Mango – wurden zertifiziert und entsprechend gesiegelt.

Damit setzt der EDEKA-Verbund sein besonderes Engagement für die nachhaltige Ausrichtung seiner Eigenmarken fort: Bereits 2015 hatte EDEKA den ersten nachhaltiger produzierten Orangensaft mit Rainforest Alliance Certified-Siegel in Deutschland eingeführt. Dazu wurde ein gemeinsames Projekt mit einem brasilianischen Lieferanten gestartet. Seither wurde kontinuierlich am Sortiment und dem Ausbau nachhaltigerer Lieferketten gearbeitet. Denn Ziel des EDEKA-Verbunds



ist es, den eigenen ökologischen Fußabdruck deutlich zu reduzieren, unter anderem über den schonenderen Umgang mit Ressourcen und den Ausbau des Angebots an nachhaltigeren Produkten.

Auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit in Lieferkette und Sortiment lässt sich EDEKA seit inzwischen mehr als 10 Jahren wissenschaftlich fundiert auch vom WWF unterstützen. Der Fokus liegt auf den Themen- und Sortimentsbereichen Fisch und Meeresfrüchte, Holz/Papier/Tissue, Palmöl, Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung, Süßwasser, Klima, Verpackungen und Beschaffungsmanagement.

\*Bei einem kaltgepressten Saft, im Convenience-Bereich angeboten, ist aufgrund der qualitätsbedingt wechselnden Orangenbezüge derzeit noch keine Zertifizierung möglich.

## **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.