



**EDEKA-Verbund und WWF:**

## **Erfolgsfaktor Nachhaltigkeit**

- **Angesichts der Corona-Krise zeigt sich die Bedeutung von Naturschutz zum Erhalt der menschlichen Gesundheit**
- **Mit ihrer „Partnerschaft für Nachhaltigkeit“ setzen sich WWF und EDEKA für eine ressourcenschonendere Wirtschaftsweise ein**
- **Aktuelle Fortschrittsberichte belegen Erfolge der Partnerschaft – auch in Zusammenhang mit Artenvielfalt und UN-Nachhaltigkeitszielen**

**Hamburg/Berlin, 04. August 2020. Die Corona-Pandemie ist ein weiterer Beleg, dass unsere heutige Lebensweise auf Kosten der Natur zu wirtschaften, auf uns zurückfällt. Die Zerstörung von Ökosystemen ist ein wesentlicher Faktor, warum sich solche Krankheiten ausbreiten können. In Partnerschaft mit dem WWF hat sich EDEKA bereits vor mehr als zehn Jahren verpflichtet, seinen ökologischen Fußabdruck zu verkleinern und somit an wichtigen Naturschutzfragen zu arbeiten. Einem generationsübergreifenden verantwortungsvollen Unternehmertum verpflichtet, wollen EDEKA und Tochtergesellschaft Netto Marken-Discount mit den begrenzten Rohstoffen unserer Erde schonender umgehen. Der jetzt veröffentlichte Partnerschaftsbericht 2019 zu den erzielten Fortschritten zeigt auch, wie die Zusammenarbeit auf die 17 grundlegenden Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen („Sustainable Development Goals“) einzahlt. Das ist auch Grundlage des separaten Fortschrittsberichts für Netto Marken-Discount.**

„Angesichts der Corona-Epidemie zeigt sich: Der Schutz der weltweiten biologischen Vielfalt und ein Ende der Lebensraumzerstörung ist ein Schlüsselfaktor, um die Ausbreitung neuer Infektionskrankheiten zu verhindern“, erläutert Dr. Marina Beermann, Leiterin der Partnerschaft auf Seiten des WWF. Dafür setzt sich der WWF auf vielfältige Weise ein – auch im Rahmen seiner Zusammenarbeit mit Unternehmen. „Die Partnerschaft von EDEKA und WWF belegt, dass der Lebensmitteleinzelhandel einen wichtigen Beitrag zum Schutz von Artenvielfalt, Wasser, Klima und Ressourcen leisten kann. Hierzu haben beide Partner ihre Kräfte entlang der weltweiten Lieferketten gebündelt. Wir setzen auf nachhaltige Zertifizierungssysteme, die Erarbeitung neuer Ansätze im Anbau sowie individuelle Maßnahmen im Eigenmarkensortiment als unsere Erfolgsfaktoren“, erläutert die Umweltökonomin.

**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://verbund.edeka.de)





„Nachhaltigkeit – oder besser genannt `verantwortungsvolles Handeln´ – ist eine wichtige Säule unserer Unternehmensstrategie. Das spiegelt sich in der Umstellung unserer Eigenmarkensortimente wider. Genauso wichtig ist es, die Kunden kontinuierlich auf allen Kanälen zu informieren. Das tun wir mit innovativen Umweltschutz- und Kommunikationsmaßnahmen“, so Rolf Lange, Leiter Unternehmenskommunikation EDEKA-Zentrale. So bietet EDEKA in seinem rund 4.000 Artikel umfassenden Eigenmarkensortiment immer mehr umweltschonender erzeugte Produkte an und begeistert immer mehr Kunden dafür. Bereits fast jedes zehnte Eigenmarkenprodukt ist nicht nur umweltfreundlicher hergestellt, sondern trägt als besonders nachhaltiges Produkt zusätzlich das Panda-Logo als Wegweiser. Das stärkt nachhaltigere Lieferketten, schützt die Umwelt und trägt zum UN-Ziel „Nachhaltiger Konsum“ bei.

Wie erfolgreich der Beitrag des Lebensmitteleinzelhandels auch für UN-Ziele wie „Leben an Land“, „Leben unter dem Wasser“ und „Klimaschutz“ sein kann, zeigt eine Zielmarke aus dem neuen Fortschrittsbericht zur Partnerschaft von EDEKA und WWF: So hatten 2019 schon 74 Prozent (2018: 65 Prozent) der Eigenmarken-Fischprodukte aus Fischzucht das Siegel ASC. Das belegt auch ein konkretes Beispiel aus der Arbeit an den Lieferketten: In der Eigenmarke gibt es nur noch zertifizierte Shrimps. Das heißt auch: Es wird verhindert, dass die für die Artenvielfalt unersetzlichen Mangrovenwälder in Südostasien neuen Shrimps-Farmen weichen müssen. Der Schutz von Mangrovenwäldern trägt zudem zur Minderung des Klimawandels bei, da diese bis zu fünfmal mehr Kohlendioxid als normale Wälder binden.

Beispiel UN-Ziel „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“: Wasser ist in vielen Produktions- und Anbaugebieten ein knappes und gefährdetes Gut. Deshalb hat EDEKA 2019 ein Online-Programm zur Ermittlung von weltweiten Wasserrisiken eingeführt, zunächst im besonders betroffenen Bereich Obst und Gemüse. Die größten EDEKA-Lieferanten haben so bereits ihre Wasserrisiken bestimmt und erste Nachweise für deren Verringerung erbracht.

Auch in zwei Feldprojekten wurde praktisch umgesetzt, wie Wasserschutz funktioniert: Im spanischen Zitrusprojekt von EDEKA und WWF hat eine Farm innerhalb eines Jahres über 200 Millionen Liter Wasser eingespart. Der Pestizideinsatz auf allen Farmen konnte im Jahr 2018 um 72 Prozent verringert werden. EDEKA und WWF arbeiten gemeinsam mit den Produzenten auch an einer effizienteren Ausbringung von Düngemitteln, um Wasserressourcen weniger zu belasten. In



Kolumbien und Ecuador wird beim Bananenprojekt gebrauchtes, fürs Waschen der Bananen genutztes Wasser in Wasseraufbereitungsanlagen zu neuem. Der Pestizideinsatz konnte durch gezieltere Anwendungen ebenfalls um zwölf Prozent innerhalb eines Jahres verringert werden. Die Anbauregionen liegen in den artenreichsten Regionen der Welt. Um den dort lebenden Arten Ausweichmöglichkeiten zu geben, richten Farmen Schutzzonen rund um Ökosysteme wie Flüsse und Wälder ein. Mittlerweile haben Schutzzonen rund um Gewässer eine Größe von fast 70 Hektar erreicht.

Der Fortschrittsbericht 2019 von EDEKA und WWF steht auf folgenden Seiten zum Download zur Verfügung:

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

<https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Fortschrittsbericht-2019-WWF-EDEKA.pdf>

## **EDEKA und WWF – Seit über 10 Jahren mehr Umweltschutz in Regalen und Lieferketten**

EDEKA und WWF sind Partner 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 mehr als 10 Jahren wissenschaftlich fundiert in unterschiedlichen Themen- und Sortimentsbereichen. Schwerpunkte sind Fisch und Meeresfrüchte, Holz/Papier/Tissue, Palmöl, 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.

## **WWF Deutschland**

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umweltschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Seit über 50 Jahren arbeitet das WWF-Netzwerk rund um den Globus daran, die Umweltzerstörung zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. In mehr als 1.300 nationalen und internationalen Projekten setzt sich der WWF Deutschland aktuell für den Erhalt der biologischen Vielfalt ein.

### **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](http://verbund.edeka)

