



Fortschrittsbericht 2020

## **EDEKA und WWF: Angebot an nachhaltigeren Eigenmarkenartikeln steigt kontinuierlich**

**Hamburg, Mai 2021 – Gemeinsam mit dem WWF setzt sich EDEKA für mehr Nachhaltigkeit ein und diese Partnerschaft trägt weiter Früchte. Das geht aus dem Fortschrittsbericht 2020 hervor, den EDEKA und der WWF nun veröffentlicht haben. Bereits jetzt wird deutlich, dass das Angebot an nachhaltigeren Eigenmarkenartikeln immer weiter steigt. Aber auch die Nachfrage: Gerade in Zeiten der Corona-Pandemie haben die Menschen gelernt, mehr auf sich und einander Acht zu geben. Dabei wächst das Bedürfnis, Natur und Umwelt mit einzubeziehen. Das Bündnis von EDEKA und WWF bringt bereits seit 2009 mehr Umweltschutz in Lieferketten und Regale des EDEKA-Verbunds.**

„Um Verbraucher:innen noch stärker zu erreichen, haben wir die Kommunikation in Sachen Nachhaltigkeit klarer aufgestellt. Die Partnerschaft arbeitet zu vier gesellschaftlichen Herausforderungen, die wir in den Vordergrund stellen. Sie lauten: Erhalt von Biodiversität, Klimaschutz, Ressourcenschonung sowie Schutz von Süßwasser-Ökosystemen. Unser Fortschrittsbericht zeigt im Detail, welche Beiträge wir bereits zur Zielerreichung geleistet haben“, erläutert Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung.

„In der Partnerschaft für Nachhaltigkeit arbeiten wir systematisch daran, die EDEKA-Lieferketten im Eigenmarkenbereich nachhaltiger zu machen. Unsere Erfolge, die wir bereits erreicht haben, spornen andere mit an, sich in Sachen Umweltschutz zu engagieren. So nutzen wir die EDEKA-Partnerschaft als Hebel für Veränderung. Denn der Lebensmitteleinzelhandel beeinflusst mit seiner Angebotsgestaltung sowohl Konsumentenentscheidungen als auch die Herstellerseite und kann sie in Richtung Nachhaltigkeit lenken“, erläutert Eberhard Brandes, geschäftsführender Vorstand des WWF Deutschland.

**EDEKA ZENTRALE Stiftung & 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](mailto:produkt-pr@edeka.de)  
[verbund.edeka.de](http://verbund.edeka.de)





Einige ausgewählte Erfolge zeigen die Bandbreite der Partnerschaft, die acht Schwerpunktthemen und drei Feldprojekte umfasst:

- Bereits **86 Prozent der EDEKA Eigenmarken sind im Segment Fisch und Meeresfrüchte auf nachhaltigere Quellen umgestellt**. Dabei wurden im Wildfischbereich besondere Fortschritte erzielt, dort stammen bereits 90 Prozent der Produkte aus der Kategorie „Gute Wahl“. Das entspricht einer Steigerung von acht Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Darüber hinaus konnte EDEKA als erster deutscher Lebensmittelhändler sein Sortiment an Thunfischkonserven – einem der beliebtesten Fischprodukte unter Verbrauchern – vollständig auf MSC-zertifizierte Ware umstellen.
- Im Themenfeld Holz, Papier und Tissue gelang es, den **Recyclinganteil insbesondere bei Papier-, Büro- und Schreibwaren** aus dem Eigensortiment um 12 Prozentpunkte zu erhöhen. Damit liegt er **jetzt bei 60 Prozent**. Ebenfalls deutlich verbessert hat sich der Anteil von Papier- und Pappverpackungen bei Obst und Gemüse, die aus FSC-zertifiziertem Material stammen. Er stieg um 30 Prozentpunkte auf 52 Prozent. Erstmals erfasst wurde der Umstellungsgrad bei **Produktetiketten**, die bereits zu **80 Prozent aus FSC-zertifiziertem Material** stammen.
- Im Bereich Süßwasserschutz wurden im Berichtszeitraum 2019/2020 Wasserrisiken im Anbau von **fast ein Drittel der Eigenmarkenlieferanten für Obst und Gemüse analysiert** – ein Schritt, um im Folgenden auch Maßnahmen zu deren Verminderung einzuleiten. Dazu arbeiten WWF und EDEKA mit dem AWS-Zertifizierungssystem. Im Bananenprojekt der beiden konnte so die erste AWS-Zertifizierung im Bananensektor und die erste Gruppensertifizierung weltweit vorgenommen werden: Zwölf Projektfarmen in Kolumbien und zwei der Projektfarmen in Ecuador sind erfolgreich zertifiziert. Alle Farmen bearbeiten Wasserrisiken gemeinsam mit anderen Wassernutzern, Behörden und Interessengruppen und mit Blick auf die jeweiligen Flussgebiete und gehen verantwortungsvoll mit Süßwasser um.
- Beim gemeinsamen Anbauprojekt „**Landwirtschaft für Artenvielfalt**“ (LfA) gelang es, die **Zahl der teilnehmenden Betriebe innerhalb eines Jahres auf**



**140 nahezu zu verdoppeln.** Das Projekt, bei dem Bio-Betriebe sich für den Erhalt der lokalen Artenvielfalt einsetzen, ist jetzt in elf der 13 Flächenbundesländer vertreten. Produkte der teilnehmenden Höfe werden über EDEKA vermarktet: 2020 kam mit einem Bio-Apfelsaft das erste bundesweit verfügbare LfA-Produkt in den Handel.

- Weiteres Ziel der EDEKA-WWF-Partnerschaft neben der Umstellung der Lieferketten ist es, Verbraucher und Verbraucherinnen zum nachhaltigeren Konsum zu bewegen. **Nachhaltigere EDEKA-Eigenmarkenprodukte**, die vom WWF anerkannte Umweltstandards erfüllen und das durch unabhängige Zertifizierungen belegen können, werden daher zusätzlich mit dem Panda-Logo versehen. Zwischen Juli 2019 und Juni 2020 **stieg die Auswahl solcher co-gebrandeten Produkte um 109 auf inzwischen 421 Artikel.** Insbesondere stieg die Auswahl an Naturkosmetik-Artikeln sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln.

Weitere Fortschritte aus den acht Themenbereichen und drei Feldprojekten finden sich im Fortschrittsbericht 2020 von EDEKA und WWF auf folgenden Seiten per Download:

<https://verbund.edeka/verantwortung/projekte-partnerschaften/ökologisches-engagement/partnerschaft-mit-dem-wwf/> und [www.wwf.de/edeka](http://www.wwf.de/edeka)

## EDEKA Bananen



- Umwelt- und sozialverträglicherer Bananenanbau
- Reich an wichtigen Nährstoffen
- Erkennbar am WWF Projekt-Panda auf dem Etikett
- Herkunft: Kolumbien und Ecuador
- Transparente Lieferwege: Dank Tracking-Code auf jeder Banane lässt sich der Weg der Ware zurückverfolgen

## EDEKA Bio Jasmin Duftreis



- mild-aromatisch
- fair nachhaltig und lokal fördernd
- recyclingfähige Papierverpackung
- aus kontrolliert-biologischem Anbau
- Fairtrade-zertifiziert
- ausgezeichnet mit dem WWF-Panda
- Verpackungsgröße: 400g

## EDEKA Bio natürlich vegan Sojadrink natur



- für die vegane Ernährung geeignet
- aus kontrolliert-ökologischer Landwirtschaft
- Verpackungsgröße: 1l

## BLÜTE-ZEIT pflegende Handcreme mit Bio-Zaubernuss



- vegane Naturkosmetik
- ausgezeichnet mit dem NATRUE-Label
- Verpackungsgröße: 75ml



## Pressekontakt:

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG, Maren Wisniewski, New-York-Ring 6, 22297 Hamburg,  
Tel: 040 / 6377 2029, [maren.wisniewski@edeka.de](mailto:maren.wisniewski@edeka.de)

## 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 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-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.600 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, die Kooperation mit online-basierten Lieferdiensten wie Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbands ab. EDEKA erzielte 2020 mit über 11.100 Märkten und 402.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 61,0 Mrd. Euro. Mit 19.250 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 60 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.