



## **Dialogforum Groß- und Einzelhandel:**

### **EDEKA-Verbund baut Engagement gegen Foodwaste aus**

- **EDEKA-Verbund tritt dem Dialogforum Groß- und Einzelhandel bei**
- **Ziel ist die langfristige Reduzierung von Lebensmittelverschwendung**
- **Innovatives Apeel-Verfahren hält Obst und Gemüse länger frisch**

**Hamburg, 22. Juni 2020.** In Deutschland werden jedes Jahr etwa zwölf Millionen Tonnen Lebensmittel entsorgt – das entspricht rund 75 Kilogramm pro Person.<sup>1</sup> Um Lebensmittelverschwendung wirksam zu reduzieren, hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) das „Dialogforum Groß- und Einzelhandel“ ins Leben gerufen. Der EDEKA-Verbund begrüßt diese Initiative und beteiligt sich aktiv an der gemeinsamen Plattform. Mit vielfältigen Maßnahmen auf allen Stufen der Wertschöpfungskette setzt sich der genossenschaftliche Verbund seit Jahren dafür ein, dass möglichst wenige Lebensmittel wegwerfen werden müssen.

Das Dialogforum Groß- und Einzelhandel ist Teil der „Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung“. Die Unterzeichner der Erklärung – darunter EDEKA und Netto Marken-Discount – verpflichten sich, in den kommenden zwei Jahren Lebensmittelabfälle in ihrem Verantwortungsbereich durch konkrete Maßnahmen zu reduzieren. Am Dienstag, 23. Juni, tauschen sich die Teilnehmer des Dialogforums auf Einladung des BMEL in einer virtuellen Konferenz über mögliche Maßnahmen aus. „Die Wertschätzung von Lebensmitteln ist tief in unserer Unternehmensstruktur verwurzelt“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA-Zentrale. Dies gilt in ökologischer und ökonomischer Hinsicht, denn Lebensmittel wegzwerfen bedeutet neben moralischen und ökologischen Gesichtspunkten auch ein wirtschaftliches Verlustgeschäft für die EDEKA-Kaufleute. „Deshalb entwickeln wir stetig innovative und verbrauchernahe Lösungen, um Lebensmittelabfälle entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf ein Minimum zu reduzieren“, so Mosa.



## **Apeel: Pflanzliche Schutzschicht für Obst und Gemüse**

Studien zufolge fällt mehr als die Hälfte der Lebensmittelverluste in privaten Haushalten an.<sup>1</sup> Dabei landen Obst und Gemüse mit 34 Prozent am häufigsten in der Abfalltonne.<sup>2</sup> Genau an diesem Hebel setzt der EDEKA-Verbund an und hat mit „Apeel“ einer echten Innovation den Weg in den deutschen Markt geebnet. Als Partner des US-amerikanischen Unternehmens Apeel Sciences bieten EDEKA und Netto Marken-Discount nun erstmals bundesweit länger haltbare Avocados, Orangen und Mandarinen in ihren Märkten an. Die Früchte werden nach der Ernte mit der pflanzlichen Apeel-Schutzschicht versehen: Sie verlangsamt die Oxidation und den Wasserverlust – zwei Hauptfaktoren für die Verderblichkeit von frischem Obst und Gemüse. Ein Pilotversuch hat die positiven Effekte bereits klar bestätigt: Der Anteil der Früchte, die in den Testmärkten aufgrund von Verderb aussortiert und entsorgt werden mussten, konnte dank Apeel erheblich reduziert werden.

## **Ganzheitlicher Ansatz**

Auf allen Stufen der Wertschöpfungskette setzt sich der EDEKA-Verbund systematisch gegen Lebensmittelverschwendung ein – vom Warenbezug bis zur Abgabe an die Verbraucher. Hier einige Beispiele:

- Bereits bei der Beschaffung tragen digitale Warenwirtschaftssysteme durch ein optimiertes Warenmanagement dazu bei, die Abschriften um bis zu 56 Prozent zu reduzieren.
- Der Ausbau des Portionierungsangebots an unseren Bedientheken erleichtert u.a. Singles, Senioren und Kleinfamilien einen bedarfsgerechten Einkauf. Zusätzlich beraten rund 2.200 EDEKA-Ernährungsberater in den Märkten die Verbraucher rund um das Thema Lebensmittelwertschätzung.
- Optisch nicht perfekte Lebensmittel werden häufig direkt in den Märkten weiterverarbeitet – beispielsweise zu To-Go-Angeboten wie frisch zubereiteten Smoothies, für Salat- und Früchtebars oder Suppenstationen, die eine individuelle Portionierung ermöglichen.



- Im Rahmen lokaler Kooperationen fördert EDEKA auch die Verarbeitung von Lebensmitteln außerhalb der Märkte. Ein Beispiel ist das Projekt „Liebe<sup>2</sup> – Rettet reife Früchtchen“ von EDEKA Minden-Hannover und der Diakonischen Stiftung Wittekindsdorf. Hier erhält Obst und Gemüse, das für den Verkauf ungeeignet ist, ein „zweites Leben“ als Chutney oder Fruchtaufstrich.
- Die EDEKA-Kaufleute und -Großhandlungen zählen zu den wichtigsten Förderern der bundesweit rund 900 lokalen Tafel-Initiativen sowie weiteren sozialen Einrichtungen, denen sie regelmäßig Lebensmittel spenden. Viele Märkte bieten Lebensmittel, die kurz vor Erreichen des Mindesthaltbarkeitsdatums stehen, zu stark reduzierten Preisen an.
- Auch auf regionaler Ebene werden innovative Ideen umgesetzt: So bietet beispielsweise EDEKA Südwest ihren Kaufleuten über eine interne Warenbörse schnell verderbliches Obst und Gemüse sowie Milchprodukte mit verkürztem Mindesthaltbarkeitsdatum zu deutlich vergünstigten Bezugspreisen an. Für ihr Engagement wurde die regionale Großhandlung bereits mit dem Bundespreis "Zu gut für die Tonne!" ausgezeichnet.

1. BMEL Ernährungsreport (2020) und Thünen Institut: „Lebensmittelabfälle in Deutschland – Baseline 2015“ (2019)
2. GfK: „Systematische Erfassung von Lebensmittelabfällen der privaten Haushalte der privaten Haushalte in Deutschland“ (2017)

## **EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative**

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.700 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 Unternehmensverbands 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: [presse@edeka.de](mailto:presse@edeka.de)

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

