



**Neue EDEKA Nachhaltigkeitskampagne „Wir & Jetzt“**

## **Kann eine Gurke die Welt retten?**

- EDEKA und WWF informieren zu ihrem Engagement für mehr Nachhaltigkeit und motivieren, dass jeder einen Beitrag leisten kann
- EDEKA etabliert einfache Systematik für mehr Transparenz im Dschungel der Nachhaltigkeitsthemen
- TV-Spot appelliert mit Panda und Augenzwinkern an Verantwortungsgefühl
- Breit angelegte Kampagne: von Print-Anzeigen bis Social Media

**Hamburg, 8. Februar 2021: Bereits seit über zehn Jahren engagieren sich EDEKA und WWF gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit. Mit der jetzt startenden Kampagne zeigen die Partner unter dem EDEKA-Motto „Wir & Jetzt“, woran gemeinsam mit dem WWF gearbeitet wird. „Die dort platzierten vier Kernthemen Erhalt von Artenvielfalt sowie Schutz natürlicher Ressourcen, Klima- und Süßwasserschutz werden für die Kunden auch zukünftig ein Wegweiser im Dschungel der Nachhaltigkeitsthemen und -siegel sein. Das erleichtert es zudem jedem, häufiger einmal nachhaltiger einzukaufen“, so Rolf Lange, Leiter Unternehmenskommunikation der EDEKA-Zentrale. Im TV-Spot <https://youtu.be/KpGsyYtTDo0> beantwortet die Kampagne auch eine zentrale Frage: Kann eine Gurke die Welt retten?**

EDEKA baut in zahlreichen Themenfeldern sein verantwortungsvolles Handeln aus. Dafür gibt es mit „Wir & Jetzt“ ein Dach für zahlreiche Projekte und nachhaltigere Produkte von EDEKA, die ökologische und soziale Ziele unterstützen. Das Motto vermittelt: Wenn alle an einem Strang ziehen und das nicht erst ab morgen, ist mehr zu erreichen. Beim Umweltschutz setzen EDEKA und WWF seit 2009 mit der Partnerschaft für Nachhaltigkeit immer wieder Maßstäbe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel.

Um bei der Vielzahl der Umweltthemen die Transparenz für die Kunden zu verbessern, haben EDEKA und WWF ihre Arbeit neuen Oberzielen zugeordnet, die verdeutlichen

**EDEKA ZENTRALE Stiftung & 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)





wie die Kooperation auf die UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs) einzahlt und vier gesellschaftliche Herausforderungen in Angriff nimmt. Sie lauten: Erhalt von Biodiversität, Klimaschutz, Ressourcenschonung sowie Schutz von Süßwasser-Ökosystemen.

Auch alle nachhaltigeren EDEKA Eigenmarken-Produkte werden zukünftig den vier „Wir & Jetzt“-Oberthemen zugeordnet. So wird verdeutlicht, auf welche der vier Herausforderungen das Produkt besonders einzahlt. Kunden soll es so erleichtert werden, im Alltag einfacher nachhaltigere Kauf- und Konsumententscheidungen treffen zu können. Ziel ist es, für eine verantwortungsvollere Lebensweise zu sensibilisieren. Die Produkte tragen zusätzlich den WWF-Panda, wenn sie vom WWF anerkannte Nachhaltigkeitsstandards erfüllen. Auf [www.edeka.de/wirundjetzt](http://www.edeka.de/wirundjetzt) erhalten Interessierte auch vertiefende Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement von EDEKA sowie zur Partnerschaft mit dem WWF.

Der TV-Spot zeigt mit Panda und Augenzwinkern, was EDEKA und WWF zusammen mit den Erzeugern bereits in Sachen Nachhaltigkeit leisten – vom Fischen ohne Schleppnetze über Orangen- und Bananenfarmen, auf denen Artenreichtum gefördert und Wasser eingespart wird, bis zum plastikfreien Obst und Gemüse im EDEKA-Markt. Der Spot vermittelt, dass auch kleine Verhaltensänderungen den Unterschied machen und jeder einen Beitrag leisten kann.

Print-Motive in der „Wir & Jetzt“-Systematik für Anzeigen, POS und Handzettel machen zusätzlich auf die nachhaltiger hergestellten Eigenmarkenprodukte aufmerksam. Verlängert wird die Kampagne unter dem „Wir & Jetzt“-Motto in Funk, auf Social Media und mit einem Gewinnspiel auf [www.edeka.de/wirundjetzt](http://www.edeka.de/wirundjetzt). Bleibt die Frage: Kann also die (unverpackte) Gurke die Welt retten? „Die Gurke allein nicht, aber wir alle zusammen schon“, so das Fazit im TV-Spot.

Mehr Informationen zur Partnerschaft für Nachhaltigkeit von EDEKA und WWF und zu „Wir & Jetzt“ unter:

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

[www.edeka.de/wirundjetzt](http://www.edeka.de/wirundjetzt)

**EDEKA ZENTRALE Stiftung & 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)





## **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-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" 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 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 Stiftung & 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)

