

PRESSE-INFORMATION

Zertifikat für nachhaltigere Lebensmittelmärkte

EDEKA Südwest fördert mit Gütesiegel ökologisches und soziales Handeln

- Fokus auf Regionalität, Bio, Tierwohl und Energieeffizienz
- Zertifizierung nach festgelegten Kriterien und messbaren Kennzahlen
- Gütesiegel gilt für zwei Jahre

Offenburg/12.07.2023 – Von nachhaltigeren Produkten über energiesparende Geräte und Leuchtmittel bis hin zur Unterstützung der Tafeln mit Lebensmitteln: EDEKA-Märkte im Südwesten, die nach festgelegten Kriterien ein besonderes Nachhaltigkeitsengagement zeigen, erhalten künftig das Zertifikat „Nachhaltiger Markt“. Das Gütesiegel des Unternehmensverbunds vergibt EDEKA Südwest erstmalig in den kommenden Monaten. Den Anfang macht der Markt des Kaufmanns Steffen Ueltzhöfer in Neuenstadt am Kocher. Kundinnen und Kunden können dort aus einer Vielzahl an Artikeln von lokalen Erzeugern sowie Produkten in Bio-Qualität wählen. Darüber hinaus bezieht EDEKA Ueltzhöfer für den Markt Ökostrom und engagiert sich unter anderem für mehr Lebensmittelwertschätzung, in dem das Markt-Team optisch nicht mehr ganz perfektes Obst und Gemüse in einer sogenannten Lebensmittelrettertüte zu einem vergünstigten Preis abgibt.

„Kein EDEKA-Markt gleicht dem anderen. Die selbständigen Kaufleute unseres Unternehmensverbunds und die Marktleiter richten die Sortimente den örtlichen Kundenwünschen entsprechend standortindividuell aus. Und so vielfältig wie die Produktvielfalt sind auch die Gebäude, in denen die Lebensmittelmärkte untergebracht sind. Der Kriterienkatalog für unser Zertifikat berücksichtigt diese Individualität und fördert

in besonderer Weise eines: eine kontinuierlich nachhaltigere Ausrichtung der EDEKA-Märkte im Südwesten“, erläutert Michaela Meyer, Geschäftsbereichsleiterin EDEKA Südwest.

Kriterienkatalog mit 71 verschiedenen Aspekten

Insgesamt 71 verschiedene Aspekte umfasst der Katalog, darunter Pflichtkriterien und Punkte, aus denen der Markt je nach Situation vor Ort wählen kann. „Wir setzen auf messbare Kennzahlen und überprüfen die Umsetzung“, beschreibt Michaela Meyer und ergänzt: „Schwerpunkte liegen beispielsweise auf dem Angebot an Bio-Artikeln sowie an Produkten mit besonderem Fokus auf Tierwohlaspekte“. Die Kriterien decken die Bereiche „Mitarbeitende“, „Nachhaltige Produkte“, „Umwelt und Energie“ sowie „Gesellschaft“ ab. Erfüllt der Markt die Pflichtkriterien und erreicht eine gewisse Mindestpunktzahl bei den optionalen Kriterien, erhält dieser das Zertifikat für die Dauer von zwei Jahren.

Mehr Regionalität, Bio und Tierwohl

„Nachhaltigkeit ist ein Teil der Unternehmensphilosophie von EDEKA Südwest. Sie wird im gesamten Unternehmensverbund gelebt“, sagt Michaela Meyer. „Regionalität, als Beispiel, steckt schon in unserer DNA. Die EDEKA-Kaufleute im Südwesten arbeiten seit jeher auf lokaler Ebene mit kleinen Erzeugern vor Ort zusammen. Damit sind wir einer der größten Vermarkter regionaler Produkte“, so Meyer weiter. Mit der im Jahr 2006 eingeführten Regionalmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ bietet EDEKA Südwest darüber hinaus explizit Produkte an, die aus Bundesländern des Vertriebsgebiets kommen, vielen davon in Bio-Qualität. Bereits seit 10 Jahren arbeitet EDEKA Südwest mit dem deutschen Tierschutzbund zusammen, beispielsweise im Rahmen der Regionalmarke Hofglück für Schweinefleisch und Geflügel. Hofglück-Artikel sind mit dem Tierschutzlabel "Für Mehr Tierschutz" des Deutschen Tierschutzbundes in der Premiumstufe gekennzeichnet und erfüllen die höchsten Kriterien (Stufe 4) der Haltungsformkennzeichnung.

Energieeffiziente Märkte

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie setzt sich EDEKA Südwest darüber hinaus bereits seit vielen Jahren kontinuierlich dafür ein, den Primärenergiebedarf von Märkten sowie von Gebäuden der Logistik und Produktion zu senken und die Energieeffizienz zu steigern. Das gilt sowohl für Gebäude im Bestand als auch für Neubauten. So werden seit Ende 2021 beispielsweise Eigenobjekte-Neubauten nach dem Effizienzhausstandard KfW 40 EE umgesetzt.

Zusatzinformation-EDEKA Südwest

EDEKA Südwest mit Sitz in Offenburg ist eine von sieben EDEKA-Regionalgesellschaften in Deutschland und erzielte im Jahr 2022 einen Verbund-Außenumsatz von 10,3 Milliarden Euro. Mit rund 1.130 Märkten, größtenteils betrieben von selbstständigen Kaufleuten, ist EDEKA Südwest im Südwesten flächendeckend präsent. Das Vertriebsgebiet erstreckt sich über Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und das Saarland sowie den Süden Hessens und Teile Bayerns. Zum Unternehmensverbund gehören auch der Fleisch- und Wurstwarenhersteller EDEKA Südwest Fleisch, die Bäckereigruppe Backkultur, der Spezialist für Schwarzwälder Schinken und geräucherte Produkte Schwarzwaldhof, der Mineralbrunnen Schwarzwald-Sprudel, der Ortenauer Weinkeller und der Fischwarenspezialist Frischkost. Einer der Schwerpunkte des Sortiments der Märkte liegt auf Produkten aus der Region. Im Rahmen der Regionalmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ arbeitet EDEKA Südwest beispielsweise mit mehr als 1.500 Erzeugern und Lieferanten aus Bundesländern des Vertriebsgebiets zusammen. Der Unternehmensverbund, inklusive des selbständigen Einzelhandels, ist mit rund 47.000 Mitarbeitenden sowie etwa 3.000 Auszubildenden in rund 40 Berufsbildern einer der größten Arbeitgeber und Ausbilder in der Region.