

MARKTFÜHRER BEI MEHRWEGGETRÄNKEN



IM GETRÄNKEBEREICH SIND WIR ÜBERZEUGT: REGIONALE MEHRWEGLÖSUNGEN SIND DER BESTE WEG, VERPACKUNGEN ZU REDUIZIEREN UND RESSOURCEN ZU SCHONEN. DESHALB SETZEN WIR IN UND MIT UNSEREN MÄRKTN AUF EINEN REGIONALEN MEHRWEG-KREISLAUF. DAMIT LEISTEN WIR UNSEREN BEITRAG ZU EINER NACHHALTIGEREN REGIONALEN WIRTSCHAFT.



VERPACKUNGSREDUKTION IM DREIKLANG DER SCHRITTE

Wenn es um die Umsetzung unserer Maßnahmen zur Verpackungsreduktion geht, verfolgen wir eine ganzheitliche Strategie

EDEKA-Märkte verfügen mit
48 %
ÜBER DEN GERINGSTEN ANTEIL AN IN PLASTIK VERPACKTEN WAREN BEI OBST & GEMÜSE IM LEBENSMITTELHANDEL*

*Marktcheck der Verbraucherzentrale Hamburg (2019)

VERMEIDUNG REDUZIERUNG/MEHRWEG RECYCLING

Als führender Lebensmitteleinzelhändler sehen auch wir uns in der Verantwortung, mit unseren Eigenmarkenprodukten einen Beitrag zur Verpackungsreduktion zu leisten. Gemeinsam mit unserem Partner WWF setzen wir daher auf den „goldenen Weg“ aus Vermeidung, Reduzierung/Mehrweg und Recycling. Unsere oberste Prämisse lautet: Verpackungen dort vermeiden, wo wir es können. Ist eine Vermeidung nicht möglich, geht es vor allem um den sinnvollen Einsatz von Verpackungen.

Besonderen Fokus legen wir darauf, dass diese aus ökologisch vorteilhaften Rohstoffen hergestellt und recyclinggerecht gestaltet sind. Dieses Engagement zahlt sich aus: So bieten wir bereits heute mehr als die Hälfte der Produkte in der Obst- und Gemüseabteilung ohne Plastikverpackung an. Das macht uns laut Marktcheck der Verbraucherzentralen zur Nummer eins beim Thema Plastikreduktion. Darüber hinaus verfolgen wir eine kontinuierliche Mehrwegstrategie: Hierzu zählt vor allem unser breites Mehrwegangebot im Getränkebereich, aber auch unsere zahlreichen Mehrwegtragemöglichkeiten als Alternative zu Plastiktüten.

EDEKA und WWF – starke Partner für Verpackungsoptimierung

Seit 2009 setzen wir uns zusammen mit dem WWF (World Wide Fund For Nature) für mehr Umweltschutz und nachhaltiges Handeln ein. Das Thema Verpackung bildet einen Schwerpunkt in der Zusammenarbeit. Damit wir unsere

ambitionierten Ziele in der Verpackungsreduktion erreichen können, berät der WWF uns fachlich fundiert zu Ausbau, Weiterentwicklung und bestmöglicher Umsetzung. Für jedes Projekt sind klare, anspruchsvolle Ziele definiert. Ob alle Maßnahmen fruchten, wird regelmäßig durch unabhängige Wirtschaftsprüfer begutachtet. Ein jährlicher Bericht hält die Fortschritte fest und gibt einen Ausblick auf die weitere Entwicklung der jeweiligen Projekte.

UNSERE MEILENSTEINE

- ➔ über 100 Mio. Knotenbeutel bei Obst & Gemüse eingespart
- ➔ über 12 Mio. verkaufte Mehrwegnetze im Markt
- ➔ 94 Mio. Tonnen Plastik eingespart durch Verzicht auf Folien bei Salatgurken
- ➔ 5,4 Mio. Plastikschalen weniger bei Tomaten
- ➔ Ausbau des Angebots loser Ware, z. B. durch Smart Branding
- ➔ innovative Apeel-Schutzschicht bei Avocados und Zitrusfrüchten
- ➔ 300 Tonnen Plastik weniger durch Verzicht auf Joghurtdeckel
- ➔ Verzicht auf Einwegplastikbesteck und -geschirr
- ➔ 95 % aller Papp- und Papierverpackungen mit Recyclingmaterial oder FSC®-zertifiziert
- ➔ Einführung von Mehrwegfrischeboxen an der Bedientheke
- ➔ Einführung eines Recyclingwegweisers auf Eigenmarkenverpackungen

UNSERE ZIELE

- ➔ Knotenbeutel bis Mitte 2022 um mindestens 30 % reduzieren
- ➔ Einwegtragetaschen aus Plastik und Papier bis Mitte 2022 um mindestens 30 % reduzieren
- ➔ PET-Flaschen bei Wasch- und Putzmitteln bis Mitte 2022 aus 100 % Recyclingmaterial
- ➔ Einsatz von durchschnittlich 25 % Rezyklat bei bepfandeten PET-Einweg-Getränkeflaschen unserer Eigenmarken
- ➔ Reduktion von Aluminium in Verbundverpackungen
- ➔ Ausweitung der innovativen Apeel-Technik bei Obst & Gemüse

Weitere Informationen finden Sie unter
WWW.EDEKA.DE/NACHHALTIGKEIT

EDEKA

INFORMATIONEN FÜR
POLITISCHE ENTSCHEIDER

VERPACKUNGSDREIKLANG IM SUPERMARKT

VERMEIDUNG, REDUZIERUNG
UND RECYCLING



VERPACKUNGSARMER EINKAUF VON A BIS Z

Von Obst und Gemüse über die Bedientheke bis zur Kasse – bei EDEKA können Verbraucher ihren Einkauf komplett verpackungsarm gestalten. Mit unseren Verpackungslösungen im Dreiklang der Schritte **Vermeidung, Reduzierung und Recycling** setzen wir ein Zeichen für mehr Nachhaltigkeit im Lebensmitteleinzelhandel. Insbesondere mit innovativen Mehrwegalternativen bieten wir Verbrauchern täglich die Wahl, in unseren Märkten umweltfreundlicher einzukaufen



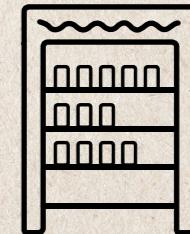
*Marktcheck der Verbraucherzentrale Hamburg (2019)

VERBRAUCHER-SENSIBILISIERUNG

Wir begeistern den Kunden für einen nachhaltigen Einkauf. Ob in Deutschlands reichweitenstärkstem Kundenmagazin MIT LIEBE (3,67 Mio. Leser), der mobilen App oder im viralen Video: Mit einer aktivierenden Informations- und Begleitkommunikation sensibilisieren wir den Verbraucher auf allen Kanälen für umweltfreundlichere Alternativen. Damit schärfen wir das Bewusstsein dafür, dass jeder Einzelne beim Einkauf die Wahl hat.



Wir sind Mehrweg-Marktführer:
Gut die Hälfte der Getränkeabteilung im Markt macht bei EDEKA das Mehrwegangebot aus



GETRÄNKE

Vom Leergutautomaten über die Sortieranlage bis zur Reinigung und Wiederbefüllung ist es ein aufwendiger Prozess, der sich lohnt: Die Wiederverwendung von regionalen Mehrwegflaschen schont Ressourcen, ermöglicht kürzere Transportwege und schafft Arbeitsplätze in der Region. Mit ihrem großen Mehrwegangebot tragen unsere regional verankerten EDEKA-Märkte zum Fortbestand dieses Mehrwegkreislaufes bei. Darüber hinaus ist der EDEKA-Verbund auch im Getränkebereich darauf bedacht, Verpackungsmaterial kontinuierlich zu reduzieren. So konnten z.B. allein bei den Eigenmarken-PET-Wasserflaschen durch die Miniaturierung des Gewichts seit 2008 rund 80.000 t Kunststoff eingespart werden.

80.000 t
EINSPARUNG DURCH
FLASCHENOPTIMIERUNG

