

# EDEKA – Informationen für politische Entscheider

2018



Lebensmittelsicherheit:  
Ganzheitliches Engage-  
ment schafft Vertrauen

**QUALITÄTSMANAGEMENT:**  
EDEKA sorgt für  
sichere Lebensmittel  
// Seite 2

**EDEKA-EIGENMARKEN:**  
Qualitätssicherung  
entlang der Produktkette  
// Seite 3

**KLARHEIT:**  
Umfassende Lebensmittelkenn-  
zeichnung für den Verbraucher  
// Seite 4



# Lebensmittelsicherheit bei EDEKA-Eigenmarken

Drei Säulen der Lebensmittel-sicherheit bei EDEKA



Wie EDEKA qualitativ hochwertige und sichere Lebensmittel gewährleistet

„Wir lieben Lebensmittel“ – aus diesem Leitsatz resultiert für EDEKA die tägliche Verantwortung, dem Kunden sichere und qualitativ hochwertige Ware zu bieten. Unsere Maßnahmen zur Qualitätssicherung umfassen alle Stufen der Prozesskette – von den lokalen Erzeugern bis in die Regale unserer Märkte. Fest definierte Standards bilden bei EDEKA die Basis für höchste Qualität. Neben der Einhaltung der festgelegten Qualitätsanforderungen unserer Eigenmarken durch die Lieferanten erwarten wir zusätzlich für spezielle Produktgruppen die Absicherung durch privatwirtschaftliche Standards.

## Kundenkontakt

Unsere Kunden haben stets die Möglichkeit, sich persönlich im Markt, über Telefonhotlines oder auch per Internet an EDEKA zu wenden. Dabei werden sie von qualifiziertem Fachpersonal sowie geschulten Ökotrophologen betreut. So sind bundesweit im Rahmen des EDEKA Ernährungsservice derzeit etwa 2.000 Mitarbeiter in den EDEKA-Märkten als Ernährungsberater aktiv. Sie liefern den EDEKA-Kunden individuelle Ernährungstipps und beantworten Fragen rund um unser Essen und Trinken – auf Basis von aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen. Im Falle von Beanstandungen steht der EDEKA Kundenservice den Verbrauchern als Ansprechpartner zur Verfügung. Die Vorgänge werden intern mittels Ursachenforschung aufgearbeitet und zur weiteren Optimierung genutzt. Die EDEKA-Zentrale hat ein Krisenmanagementkonzept für Ausnahmefälle erstellt, das als zentrales Steuerungsinstrument, z. B. bei Produktbeanstandungen, dient. Dieses Instrument ist für alle Abteilungen der EDEKA-Zentrale sowie alle gehandelten Eigenmarken und Markenartikel maßgeblich. Es dient als Handlungseitfaden und soll Ursachenanalyse und schnelle Kommunikation sowie ein effizientes Krisenmanagement sicherstellen. Das Steuerungsinstrument findet seine Ergänzung in den Krisenhandbüchern der EDEKA-Regionen. Teil des effektiven und ganzheitlichen Krisenmanagementsystems ist das von EDEKA entwickelte webbasierte Rückrufsystem, mit dem zeitnah und zielgerichtet alle betroffenen EDEKA-Lager und -Märkte informiert werden können.

## Qualitätssicherung bei Obst und Gemüse

Um auch bei Obst und Gemüse höchste Standards zu gewährleisten, pflegt das EDEKA Fruchtkontor langfristige Lieferantenbeziehungen. Leitgedanke ist, den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln auf das Notwendigste zu minimieren. So akzeptiert EDEKA generell maximal 70 Prozent der gesetzlich zugelassenen Rückstandshöchstmengen. Für Lieferanten der Eigenmarken sind es sogar nur maximal 50 Prozent. Tatsächlich liegen heute bei weit über 90 Prozent aller untersuchten Obst- und Gemüseproben die Gehalte an Pflanzenschutzmittelrückständen weit unter einem Drittel der gesetzlichen Höchstmengen.

## EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.800 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 Warenengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne „Wir lieben 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 Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2017 mit rund 11.430 Märkten und 369.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 51,9 Milliarden Euro. Mit rund 17.150 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.



# Enge Kooperation mit Lieferanten

Wie wir eine nachhaltigere Herstellung gewährleisten

## Qualitätssicherung Eigenmarken

Eine im Bereich der Eigenmarken alle Warengruppen umfassende Qualitätssicherung dient EDEKA als gezielte und nachhaltige Investition in das Vertrauen der Verbraucher. Umfassende Qualitätskontrollen im Rahmen systematischer Sicherungsprozesse und definierter Produktstandards genießen oberste Priorität. Um für das EDEKA-Eigenmarkenprogramm produzieren zu können, müssen die Herstellerbetriebe die Kriterien der International Featured Standards (IFS) zur Beurteilung von Produktsicherheit und -qualität erfüllen. Anhand ergänzender Lieferantenaudits durch unabhängige Prüfer bewertet EDEKA zudem die Produktionsstätten stichprobenartig und risikoorientiert hinsichtlich der Erfüllung festgelegter Qualitätskriterien. Vergleichbar hohe Qualitätsanforderungen sowie Absicherung durch privatwirtschaftliche Standards sind bei bestimmten Produktgruppen Voraussetzung für eine Geschäftspartnerschaft mit dem EDEKA-Verbund. Dazu gehören u. a. das QS-System für Fleisch- und Wurstwaren oder KAT als Kontrollinstanz zur Herkunftsicherung und Rückverfolgbarkeit von Eiern aus Bio-, Freiland- und Bodenhaltung. Im Obst- und Gemüsesegment zählen eine Zertifizierung nach GlobalG.A.P. auf der landwirtschaftlichen und eine IFS-Zertifizierung auf den Folgestufen dazu. Darüber hinaus engagiert sich EDEKA bei der Weiterentwicklung der Standards wie IFS, KAT oder des QS-Systems.

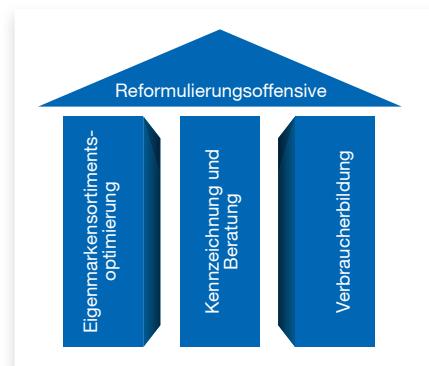
Um bei unseren rund 3.600 Eigenmarkenartikeln eine kontinuierlich hohe Qualität zu gewährleisten, hat EDEKA ergänzend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem implementiert. Dieses umfasst neben detaillierten Qualitätsanforderungen für alle Produkte auch ausführliche sensorische, mikrobiologische und chemisch-physikalische Untersuchungen. Die Einhaltung aller Vorgaben wird regelmäßig kontrolliert. So wurden allein 2016 rund 32.000 Routineanalysen bei unseren Eigenmarken durchgeführt.

## Verantwortungsvollere Eigenmarkenprodukte

Der verantwortungsvolle Einkauf möglichst nachhaltig hergestellter Produkte hat für EDEKA einen hohen Stellenwert. Die strategische Partnerschaft für Nachhaltigkeit von EDEKA und dem WWF hat zum Ziel, den ökologischen Fußabdruck EDEKAs zu reduzieren – etwa über den Ausbau des Angebots von umweltverträglich hergestellten Produkten. Das Panda-Logo des WWF dient auf mittlerweile rund 400 Eigenmarkenartikeln als Orientierungshilfe für EDEKA-Produkte, die anerkannte ökologische Standards erfüllen und gemäß den Kriterien unabhängiger Prüforganisationen zertifiziert sind. Mit Projekten für eine umwelt- und sozialverträglichere Erzeugung von Bananen sowie Zitrusfrüchten setzen EDEKA und WWF ein weiteres Zeichen für mehr Nachhaltigkeit – und dies bewusst im konventionellen Anbau. EDEKA und WWF arbeiten hauptsächlich an den Themenbereichen Fisch und Meeresfrüchte, Holz/Papier/Tissue, Palmöl, Soja, Süßwasser, Klima, Verpackung sowie Beschaffungsmanagement.

## Regionale Produkte

EDEKA steht wie kein zweites Handelsunternehmen für regionale Produkte. Die selbstständigen EDEKA-Kaufleute gehen unmittelbar auf die jeweiligen lokalen Kundenbedürfnisse ein und beziehen ihre Ware direkt vor Ort. Dies gilt insbesondere für saisonales Obst und Gemüse, Fleisch und Wurst, Eier, Milchprodukte sowie Backwaren. Unsere Kaufleute vor Ort wissen, wie und wo jedes Produkt entsteht – sie kennen die lokalen Erzeuger. Um den Verbrauchern auch bei lokalen und regionalen Produkten höchste Sicherheit zu bieten, hat EDEKA an der Entwicklung eines Programms zur Sicherstellung der Lebensmittel- bzw. Produktsicherheit und -qualität in Lebensmittelkleinbetrieben mitgearbeitet. Dadurch unterstützen wir insbesondere kleine handwerklich geprägte Betriebe bei der Bewältigung der gesetzlichen Anforderungen und sichern gleichzeitig unsere Einzelhändler ab.



## Reduktionserfolge

Bei den Eigenmarken wurden bereits folgende Ziele erreicht:

### Zucker

- Cerealien: bis zu 35 %  
(von 2013 auf 2017)
- Getränke: bis zu 25 %  
(von 2011 auf 2018)
- Feinkost- und Nudelsaucen: bis zu 30 % (von 2011 auf 2018)
- Feinkostsalate: bis zu 25 %  
(von 2016 auf 2018)
- Fruchtjoghurt: bis zu 20 %  
(von 2011 auf 2017)

### Salz

- TK-Garnelenspieße: bis zu 100 %  
(2017)
- Champignonkonserven: bis zu 40 %  
(von 2014 auf 2017)
- Gemüsekonserven: bis zu 40 %  
(von 2016 auf 2017)
- TK-Pizzen: bis zu 30 % (2016)
- Feinkostsalate: bis zu 10 % (2018)
- Brot/Brötchen: bis zu 20 %  
(von 2013 auf 2017)
- Salatdressing/Salat: bis zu 30 %  
(von 2011 auf 2017)



# Kennzeichnung der EDEKA-Eigenmarken

## Wie verständliche Informationen Transparenz für unsere Kunden schaffen

Für EDEKA ist eine transparente und verständliche Information ihrer Kunden von zentraler Bedeutung. So informiert beispielsweise auf der Vorderseite der Verpackung ein freiwillig aufgebrachtes Feld den Kunden über den Brennwert und seinen prozentualen Anteil an der täglichen Referenzmenge für einen durchschnittlichen Erwachsenen je 100 g. Bei Produkten, bei denen auf der Verpackung auch die Anzahl der enthaltenen Portionen angegeben wird, informieren wir zusätzlich über den Brennwert pro Portion. Auf der Rückseite der Verpackung weist die Zutatenliste die für das Produkt verwendeten Zutaten aus – in absteigender Reihenfolge ihrer verwendeten Menge. Etwaig enthaltene Allergene werden durch Fettdruck deutlich hervorgehoben. Für den Allergiker ist damit schnell zu erkennen, ob das Produkt für ihn geeignet ist. Etwaig enthaltene Spuren von Allergenen werden unterhalb der Zutatenliste aufgeführt. Neben der Zutatenliste und dem Allergenhinweis informiert den Kunden eine Tabelle über den Nährwertgehalt des Produkts und den Anteil dieser Nährwerte an der täglichen Referenzmenge für einen durchschnittlichen Erwachsenen in Bezug auf 100 g und gegebenenfalls auch pro Portion.

Als Mitglied im Verband „Lebensmittel ohne Gentechnik“ (VLOG) ist sich EDEKA ihrer Verantwortung in der Gentechnik-Diskussion bewusst. EDEKA engagiert sich seit Längerem für gentechnikfreie Lebensmittel und eine damit verbundene kundenfreundliche Kennzeichnung. Grundsätzlich handelt EDEKA keine kennzeichnungspflichtigen gentechnisch veränderten Lebensmittel. Bei allen Eigenmarkenprodukten verfolgt EDEKA die Zielsetzung, dass bei Futtermitteln für Schweine, Rinder und Geflügel schrittweise eine Umstellung auf heimische bzw. europäische Futtermittel (z. B. Rapsschrot oder Leguminosen) oder auf nachhaltigeres, gentechnikfreies, zertifiziertes Soja (RTRS + GVO-frei, ProTerra oder Donausoja) erfolgt. Schon heute bietet EDEKA zahlreiche Lebensmittel an, die ohne gentechnisch veränderte Futtermittel hergestellt werden. Dazu gehören die umfangreichen Bio-Sortimente, die EDEKA kontinuierlich erweitert und optimiert, sowie weitere bundesweit und regional angebotene Produkte mit „Ohne Gentechnik“-Siegel.



## Regionalfenster

Um die Transparenz beim Einkauf zu fördern, beteiligt sich EDEKA am „Regionalfenster“, das durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft mitentwickelt wurde. Durch dieses ist für die Kunden erkennbar, woher die eingesetzten Rohstoffe stammen oder wo das Produkt hergestellt wurde. EDEKA hat diesen Ansatz seit Beginn unterstützt. Aktuell bieten die Regionalgesellschaften EDEKA Südwest, EDEKA Hessenring und EDEKA Nord ausgewählte Artikel mit der zusätzlichen Deklaration an.

## Forderungen

Die Reduzierung von Lebensmittelverlusten liegt im unternehmerischen Interesse der Kaufleute, daher ergreifen sie vielfältige Maßnahmen. Schon heute arbeitet der Handel umfassend mit den Tafeln zusammen. Statt eines Gesetzes, das den LEH verpflichtet, Produkte an karitative Ein-

richtungen zu spenden, sollten gesetzliche Hürden bzw. Haftungsrisiken abbaut werden, die gerade diese Zusammenarbeit behindern. Ausgelöst durch gesellschaftliche Debatten über Fragen einer gesunden Lebensweise, verstärken sich Tendenzen in der deutschen Politik,

auf die Wahlfreiheit des Verbrauchers durch gesetzgeberische Maßnahmen einzuwirken. Gesetzlicher Regelungen bedarf es nicht. Das Leitbild des selbstbestimmten handelnden Verbrauchers sollte wieder verstärkt in den Mittelpunkt der Betrachtungen gerückt werden.

Wir freuen uns auf den weiteren Austausch mit Ihnen!

Wenden Sie sich an unser Public Affairs-Team:

Philipp Hennerkes (Leitung) · philipp.hennerkes@edeka.de · Telefon 040 / 6377-2282  
David Volkert · david.volpert@edeka.de · Telefon 040 / 6377-2072

