

# EDEKA – Informationen für politische Entscheider

2018



Tierwohl und Tier-  
gesundheit: Teil unseres  
verantwortungsvollen  
Handelns

**GRUNDSÄTZE:**

Denken und Handeln  
mit Verantwortung

// Seite 2

**PARTNERSCHAFTEN:**

Gemeinsam für  
mehr Tierwohl

// Seite 3

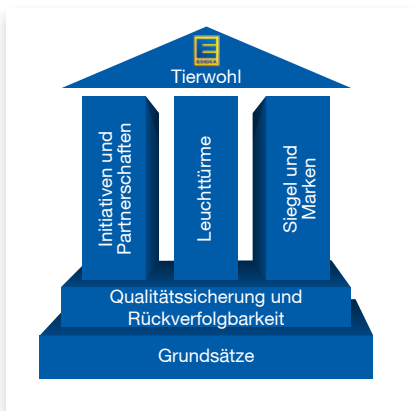
**INFORMATION:**

Siegel und Marken  
verschaffen Orientierung

// Seite 4



# Verantwortungsvolles Handeln



Wie wir Tierwohl und Tiergesundheit in unserem Sortiment verankern und Transparenz gewährleisten

Wir handeln im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit verantwortungsvoll mit Blick auf unsere Kunden und Mitarbeiter, unsere Gesellschaft und unsere Umwelt – so lautet unser gemeinsames Zielverständnis für Nachhaltigkeit. Dazu gehört auch unser Engagement für die Themen Tierwohl und Tiergesundheit. Unsere übergreifende Zielsetzung für Tierwohl und Tiergesundheit lautet: „EDEKA baut den Anteil der tierischen Produkte kontinuierlich aus, bei denen Zucht, Haltung, Transport und Schlachtung der Nutztiere den wachsenden Anforderungen unserer Kunden gerecht werden.“

## Grundsätze

Die Basis unseres Handelns in Bezug auf Tierwohl stellen unsere verbundweiten Grundsätze dar:

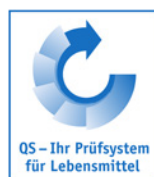
### Standards des EDEKA-Verbunds

- ✗ Keine Eier aus Käfighaltung (auch nicht in verarbeiteter Form)
- ✗ Keine Vermarktung von Wachteleiern aus Käfighaltung
- ✗ Keine Stopfmast von Enten und Gänsen
- ✗ Keine konventionelle Käfighaltung von Kaninchen
- ✗ Kein Mulesing bei Schafen im Bereich Textil
- ✗ Keine Angorawolle bei den Eigenmarken
- ✗ Keine Schnabelbehandlung bei Legehennen bei den Eigenmarken
- ✗ Keine Vermarktung von Wachteln aus Käfighaltung
- ✗ Kein Lebendrupf bei Gänsen und Enten
- ✗ Keine betäubungslose Schlachtung
- ✗ Kein Echtpelz und Nerzöl bei den Eigenmarken
- ✗ Keine exotischen oder geschützten Tiere

- Die Umsetzung von Maßnahmen und Zielen für Tierwohl und Tiergesundheit erfolgt nach dem etablierten Prinzip des „kontinuierlichen Verbesserungsprozesses“, basierend auf wissenschaftlichen und praktischen Erkenntnissen.
- EDEKA fordert nicht nur mehr Tierwohl und Tiergesundheit, sondern insgesamt mehr Transparenz und Rückverfolgbarkeit entlang der tierischen Veredelungskette. EDEKA arbeitet dabei mit allen Parteien der Prozesskette direkt oder indirekt zusammen – vom Landwirt über Transporteur und Schlachter bis zum Einzelhändler.
- EDEKA sichert die Produkte im Hinblick auf Tierwohl und Tiergesundheit über anerkannte Zertifizierungsstandards ab. EDEKA unterstützt Zertifizierungen und Initiativen, die zur nachvollziehbaren Verbesserung von Tierwohl und Tiergesundheit beitragen.
- EDEKA hat in jeder Region Tierschutzbeauftragte, die zu dem Thema beraten, koordinieren und nachhaltige Konzepte erarbeiten und vorantreiben.

## Qualitätssicherung und Rückverfolgbarkeit

Die Umsetzung der Maßnahmen in den Zulieferketten von EDEKA wird regelmäßig, auch unangekündigt, durch unabhängige Sachverständige kontrolliert. Die Beauftragung der neutralen Kontrollen geschieht entweder durch die Zertifizierungsstandards, wie zum Beispiel IFS, Qualität und Sicherheit GmbH (QS), Initiative Tierwohl, Deutscher Tierschutzbund etc., oder durch EDEKA, sofern kein geeigneter Standard verfügbar sein sollte oder es sich um Vorgaben von EDEKA-Marken bzw. Programmen handelt.



Tierwohl und Tiergesundheit sind wesentliche Bestandteile unseres Qualitätsmanagements. Unsere regionalen Fleischwerke und die Fleischtheken des EDEKA-Einzelhandels sind in das stufenübergreifende Prüfsystem QS eingebunden. Die Einhaltung der Kriterien wird über alle Stufen der Fleischerzeugung regelmäßig kontrolliert – von der Herstellung der Futtermittel über Landwirtschaft, Tiertransport, Schlachtung und Zerlegung sowie Fleischverarbeitung bis zur Vermarktung im Handel.

EDEKA setzt sich für mehr Transparenz zur Herkunft von tierischen Rohstoffen ein. Fleisch- und Fischlieferanten sollen zu jeder Anlieferung die genauen Herkunftsinformationen bereitstellen. Hierüber werden Daten zu Mast/Fanggebiet, Namen der Schlacht- und Veredelungsbetriebe sowie weitere relevante Informationen zu den Produkten nachvollziehbar. Diese chargengenaue Erfassung der Herkunftsdaten wird innerhalb von EDEKA sukzessive weiter ausgebaut.



# Initiativen und Partnerschaften

Wie wir durch unsere Initiativen und Partnerschaften Tierwohl sektoral und ganzheitlich voranbringen

## Initiative Tierwohl

Der EDEKA-Verband ist Gründungsmitglied und mit einem Betrag von rund 160 Millionen Euro bis Ende 2020 größter Beitragszahler der Branchen-Initiative Tierwohl, die im Januar 2015 unter Koordination von QS erfolgreich gestartet ist. Zielsetzung ist es, gemeinsam mehr Verantwortung zu übernehmen und das Tierwohl in der Nutztierhaltung von Schweinen und Geflügel aktiv, flächendeckend und Schritt für Schritt zu verbessern. Die Mindestkriterien liegen über den gesetzlichen Anforderungen und werden noch weiter ausgebaut. Eine entsprechende Auslobung an der Ware ist in Umsetzung, sodass unsere Kunden diese Artikel leicht identifizieren können. Im Rahmen der Initiative Tierwohl hat EDEKA zudem intensiv das Thema Schlachtbefunddaten-Monitoring gefördert und vorangetrieben. Dies ermöglicht durch eine transparente, neutrale Beratung bei Auffälligkeiten eine Verbesserung des Gesundheitszustands von Nutztieren.

## Partnerschaft mit dem WWF

EDEKA setzt bei Fisch und Meeresfrüchten bevorzugt auf vom WWF anerkannte Nachhaltigkeitssiegel wie MSC für Wildfisch und anerkannte Bio-Siegel sowie ASC für Zuchtfisch. Zielsetzung ist es, das Fisch- und Meeresfrüchtesortiment zu 100 Prozent aus nachhaltigen Quellen zu beziehen. Aktuell wurden bereits 79 Prozent in den Eigenmarken erreicht. Um besondere Lebensräume zu schützen, Beifang zu reduzieren oder Fischereimanagement nachhaltig zu gestalten, werden Transparenz schaffende Maßnahmen sowie neue Methoden für Fischereien gefördert und genutzt. EDEKA hat diese Themen in einer Fischleitlinie verankert.

## Leuchttürme

EDEKA unterstützt den Fortbestand seltener Nutztierassen, wie z. B. das Rote Höhenrind, Glanrind oder Limpurger Rind (EDEKA Südwest) oder das Angler Sattelschwein (EDEKA Nord). Auch im Rahmen der WWF-Kooperation setzen wir uns für den Erhalt der heimischen Tier- und Pflanzenarten ein, z. B. bei „Landwirtschaft für Artenvielfalt“, einem gemeinsamen Projekt von WWF, dem ökologischen Anbauverband Biopark und EDEKA Nord.

Die Marke Hofglück der EDEKA Südwest steht für Fleisch der Premiumstufe und ist damit mit zwei von zwei möglichen Sternen des Tierschutzlabels „Für Mehr Tierschutz“ des Deutschen Tierschutzbundes gekennzeichnet. Die Tiere bekommen keine gentechnisch veränderten Futtermittel und werden in der Region gehalten. Das sichert die Existenz der Landwirte und schon dank kurzer Transportwege die Umwelt. Die Lieferantenbetriebe aus dem Südwesten Deutschlands werden regelmäßig und streng kontrolliert.

### KAT e. V.

KAT (Verein für kontrollierte alternative Tierhaltungsformen) dient zum einen der Rückverfolgung und Herkunftssicherung von Eiern aus Boden- und Freilandhaltung und aus ökologischer Erzeugung. Zum anderen steht KAT für die Durchsetzung einheitlicher Standards für alle KAT-Mitgliedsbetriebe in ganz Europa. Hierzu wurde ein System zur Qualitätssicherung und Kontrolle aufgebaut, das alle Produktionsstufen vom Mischfutterhersteller über Legebetrieb und Eierpackstelle bis zum Handel einbezieht.



## EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.800 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 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 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.



## Siegel und Marken

### Wie wir Tierwohl im Sortiment kennzeichnen



Regionale staatliche Gütezeichen erleichtern die Kaufentscheidung. Sie existieren in Schleswig-Holstein, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg, Bayern, Hessen und dem Saarland. Zudem beteiligt sich EDEKA am Konzept des „Regionalfensters“, das vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft mitentwickelt wurde. Dieses Fenster auf der Verpackung unterstützt die Verbraucher dabei zu erkennen, woher die eingesetzten Rohstoffe stammen, wo das Produkt hergestellt wurde und wer die Angaben überprüft hat. Einzelne EDEKA-Regionen arbeiten seit Jahren eng mit dem Deutschen Tierschutzbund zusammen. Seit dem Jahr 2013 führen einzelne Regionen Schweine- und Geflügelfleisch sowie Eier und Milch mit dem Label „Für Mehr Tierschutz“. Dazu zählen Produkte der regionalen Marke „Hofglück“ von EDEKA Südwest oder der regionalen Marke „Bio Janssen“ von EDEKA Minden-Hannover, beide mit der Premiumstufe des Labels (zwei Sterne), das noch strengere Kriterien vorsieht. Insbesondere die eigenen Marken und Programme der EDEKA-Regionen bzw. deren Fleischwerke helfen, höhere Standards für Tierwohl und Tiergesundheit in der Prozesskette zu etablieren. Diese Programme sollen stetig ausgeweitet werden.

### Umfangreiches Bio-Sortiment

Wir haben das Angebot an tierischen Produkten aus ökologischer Erzeugung in den vergangenen Jahren in erheblichem Umfang weiter ausgebaut, sowohl im Eigenmarken- wie im Markenbereich. Auf regionaler Ebene wurden mit vielen Bio-Betrieben langfristige Lieferverträge abgeschlossen, um Marktentwicklung und Investitionssicherheit vereinbaren zu können. Neben EU-BIO (EU-Öko-Verordnung) führen wir auch Produkte verschiedener Bio-Anbauverbände wie Bioland, Biopark, Demeter oder Naturland.

## Ausblick

Der EDEKA-Verband unterstützt aktuell und zukünftig eine Vielzahl von Pilotprogrammen und wissenschaftlichen Forschungsprojekten zur Verbesserung von Tierwohl und Tiergesundheit. Dabei ist die Themenvielfalt ebenso groß wie die Vielfalt an Kooperationspartnern und Forschungseinrichtungen. Aktuell unterstützt EDEKA beispielsweise ein BMEL-gefördertes Projekt zum Grünlandschutz durch ein innovatives Bio-Weiderind-Konzept und verschiedene Projekte zur Vermarktung von Geflügelprodukten, um den Verzicht auf die Tötung von Eintags-

küken weiter voranzutreiben. Darüber hinaus werden aktuelle Tierschutzthemen in Projekten bearbeitet, wie z. B. neue Erkenntnisse über das Wohlergehen von Schweinen oder die Objektivierung der Erfassung von Tierschutzindikatoren. Innovative Ansätze werden dabei stetig gesucht und gefördert. Auf Basis von Gesprächen mit Lieferanten, Landwirten, NGOs, Veterinären, Ministerien sowie neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse baut der EDEKA-Verband sein Sortiment mit Blick auf Tierwohl und Tiergesundheit kontinuierlich weiter aus.

Auch politisch ist EDEKA aktiv und setzt sich für höhere und vergleichbare Rahmenbedingungen bei Tierwohlstandards in Deutschland und Europa ein. Noch führen unterschiedliche gesetzliche Vorgaben innerhalb der EU vielfach zu Wettbewerbsverzerrungen, die eine Weiterentwicklung der Nutztierhaltung in Deutschland hemmen. Der EDEKA-Verband setzt sich auf allen Ebenen für die Schaffung gleich gerichteter gesetzlicher Rahmenbedingungen ein und trägt durch seine Aktivitäten weiter zur Verbesserung von Tierwohl und Tiergesundheit der Nutztiere bei.

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.volkert@edeka.de · Telefon 040 / 6377-2072

