



EDEKA, Molkereien und Wissenschaft bündeln Kräfte für klimafreundlichere Milchproduktion

- **Allianz für mehr Klimaschutz im Molkereisektor startet neue Projektphase**
- **Teilnehmende Molkereien bündeln unterschiedliche Expertise im Markt**
- **Ziel: praxistaugliches, skalierbares Modell für konventionelle Lieferketten**

Hamburg, 8. April 2026: EDEKA, inklusive Netto Marken-Discount, startet die nächste Phase des neuen Klimaschutzprojekts in der Milchlieferkette. Gemeinsam mit vier Molkereien – EMP Milchhof Prenzlau GmbH, NordseeMilch eG, Royal A-ware und Molkerei Gropper GmbH & Co. KG – entwickelt EDEKA ein standardisiertes, transparentes und skalierbares System zur Reduktion landwirtschaftlicher Emissionen. Damit wollen die Projektpartner ihre ambitionierten Klimastrategien weiter vorantreiben. Die Leuphana Universität Lüneburg begleitet das Projekt wissenschaftlich.

Der EDEKA-Verbund verfolgt zusammen mit vier ausgewählten Molkereien das Ziel, die eigenen Lieferketten schrittweise klimaschonender zu gestalten. Der Molkereisektor bietet erhebliches Potenzial für wirksame Klimaschutzmaßnahmen. Genau hier setzt das Projekt mit EMP, NordseeMilch, Royal A-ware und Gropper an. Ein zentraler Grundsatz der Zusammenarbeit: praxisnahe, datenbasierte und skalierbare Lösungen entwickeln. Mit ihrem Engagement übernehmen die Projektpartner eine Vorreiterrolle im deutschen Markt. Die teilnehmenden Molkereien sind zudem eng mit ihren Milchbauer:innen verbunden, sodass die Perspektive der Landwirt:innen kontinuierlich einfließt. Das Projekt richtet sich mit seinen Maßnahmen bewusst nicht an Premium- oder Nischenprogramme, sondern an reguläre, konventionelle Lieferketten und damit an die Breite der Landwirtschaft.

Schritt für Schritt zu mehr Vergleichbarkeit und Wirkung

In der aktuellen Projektphase entsteht ein einheitlicher Standard für Datenerhebung und Emissionsberechnungen, orientiert an den Anforderungen der Science Based Targets initiative (SBTi). Dadurch sollen Emissionsdaten vergleichbarer, nachvollziehbarer und konsistenter werden. Parallel führt das Projekt bestehendes Wissen und Initiativen der Molkereien zusammen und bewertet jede Maßnahme nach Klimawirkung, Wirtschaftlichkeit und Umsetzbarkeit. Zudem werden Schulungen, Praxistests und gezielte Unterstützungs-



angebote für Landwirt:innen konzipiert. Ab 2027 geht es verstärkt darum, wie Klimaschutzmaßnahmen entlang der Wertschöpfungskette umgesetzt werden können – vor allem solche mit besonders großer Klimaschutzwirkung, die künftig flächendeckend realisierbar sein sollen.

Breite Expertise im Projekt für realistische und übertragbare Ergebnisse

Die am Projekt beteiligten Molkereien zählen zu wichtigen Partnern des EDEKA-Verbands im Eigenmarkengeschäft und vereinen unterschiedliche Expertisen: EMP steht für die ostdeutsche Agrarstruktur. NordseeMilch repräsentiert genossenschaftlich organisierte, norddeutsche Betriebe und bringt wissenschaftliche Kooperationserfahrung mit. Royal A-ware verfügt dank bestehender und bewährter Marktkonzepte in den Niederlanden über Kenntnisse hinsichtlich der Umsetzung von Maßnahmen. Gropper, Vertreter der mittel- und süddeutschen Agrarstruktur, steuert praktische Erfahrungen durch das Projekt „Klimahöfe“ bei. Diese Vielfalt bildet ein breites Spektrum realer Produktionsbedingungen ab. Die Leuphana Universität begleitet das Projekt wissenschaftlich und untersucht neue Kooperationsformen für zukunftsfähige Lieferketten. Zudem übernimmt die externe Unternehmensberatung Quantis die unabhängige Projektsteuerung sowie die methodische Begleitung des Projekts.

Mit dem Klimaprojekt entwickeln EDEKA und Netto zusammen mit Molkereien und Milchviehbetrieben ein praxisnahes, übertragbares und wissenschaftlich fundiertes Klimaschutzmodell, das im deutschen Markt bislang fehlt. Das gemeinsame Ziel: eine transparente und skalierbare Branchenlösung, die perspektivisch auch weiteren Molkereien, inklusive der beliefernden landwirtschaftlichen Betriebe, und Marktteilnehmern offensteht.

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.200 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 lieben 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 trinkgut, NATURKIND oder budni, die Kooperation mit dem online-basierten Lieferdienst Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbands ab. EDEKA erzielte 2024 mit rund 10.900 Märkten und rund 413.000 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 75,3 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.



Über EMP Milchhof Prenzlau GmbH

Seit 2025 gehört die EMP Milchhof Prenzlau GmbH zum EDEKA-Verbund. Damit wurde der langfristige Fortbestand einer der letzten verbliebenen unabhängigen Molkereien im Nordosten Deutschlands gesichert. Denn die Uckermärker Milch GmbH Prenzlau blickt auf eine lange Tradition seit 1889 zurück und ist als "Milchhof" ein fester Begriff in Prenzlau und in Brandenburg. Neben Quark und Butter produziert das Unternehmen auch Milchpulver für spezielle Märkte und Anwendungen. Dabei wird zum überwiegenden Teil Rohmilch von landwirtschaftlichen Betrieben aus der Region verarbeitet.

Über NordseeMilch eG

Die NordseeMilch eG ist eine norddeutsche Genossenschaft mit deutschen und dänischen Milchlieferanten, gegründet 1894 mit Firmensitz auf der Halbinsel Eiderstedt an der Nordsee im Natur & Nationalpark Wattenmeer. Die einzigartige Lage verpflichtet uns, die Natur und deren Lebewesen zu achten und zu schützen. Wir stehen für nachhaltiges Wirtschaften, Sicherung der Zukunft unserer Bauern und der Molkerei, für Tierwohl und Klimaschutz. NordseeMilch bietet seit 2023 Frischmilch ausschließlich in den Haltungsformen HF 3, HF 4 (2 Sterne Premium Deutscher Tierschutzbund) und HF 5 (Bio-Weidemilch) an. Weitere Informationen finden Sie unter www.nordseemilch.com.

Über Royal A-ware

Royal A-ware ist ein internationales Familienunternehmen, das sich auf die Herstellung, Reifung, den Zuschnitt und die Verpackung von Käse und anderen frischen Lebensmitteln wie tagesfrischen Milchprodukten, Sahne, Milchpulver und Tapas spezialisiert hat. Royal A-ware erzielt einen Umsatz von 3,8 Milliarden Euro (2024). Das Unternehmen beschäftigt mehr als 4.800 Mitarbeiter an verschiedenen Standorten in Europa und darüber hinaus. Weitere Informationen finden Sie unter www.royal-aware.com.

Über die Molkerei Gropper

Die Molkerei Gropper wurde 1929 in Berg bei Donauwörth gegründet. Seit 1973 befindet sich der Firmensitz in Bissingen. Gemeinsam mit Dr. Oetker betreibt Gropper seit Juli 2018 zudem das Produktions-Joint-Venture Moers Frischeprodukte in Moers. Heute gehört das Unternehmen zu den führenden deutschen Anbietern von Handelsmarken. Zu den Kunden des Unternehmens zählen mittlerweile alle großen europäischen Lebensmitteleinzelhändler und Discounter.

Das Kerngeschäft des Unternehmens umfasst neben der Produktion von Handelsmarken auch das Copacking für Markenartikelunternehmen. Die Produktpalette des Molkereispezialisten reicht von Milch und Milchdrinks über Joghurt, Pudding und anderen Desserts bis hin zu Kaffeemilchmischgetränken und Bio-Mineralwasser der Marke rieser URWASSER.