



Projektarbeit zu Wasser- und Biodiversitätsrisiken:

EDEKA-Verbund übernimmt Vorreiterrolle bei Süßwasserschutz- und Biodiversitätsprojekten im Handel

Hamburg, 26. März 2026 – Der EDEKA-Verbund belegt in einer aktuellen WWF-Analyse zu vorwettbewerblichen Süßwasser- und Biodiversitäts-Projekten in Obst- und Gemüselieferketten die Spitzenposition. Als fortschrittlichstes Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel weist EDEKA in allen Bewertungskategorien konkrete Beiträge und Fortschritte nach und hebt sich damit vom Wettbewerb ab. Damit unterstreicht Deutschlands führender Nahversorger seine Verantwortung im Umgang mit Wasser- und Biodiversitätsrisiken entlang globaler Lieferketten.

Der heute vom WWF veröffentlichte Bericht „Von Lieferkettenrisiken zu Resilienz: Kollektives Handeln europäischer Lebensmitteleinzelhändler auf Landschaftsebene“ analysiert das Engagement von zehn Einzelhändlern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz in sogenannten kollektiven Landschaftsprojekten (Collective Action Landscape Projects, CALPs). Diese Projekte zielen darauf ab, ökologische Risiken wie Wasserknappheit und Biodiversitätsverluste gemeinsam mit verschiedensten Akteuren in den Anbauregionen auch über die eigenen Lieferketten hinaus zu reduzieren. Während sich laut WWF bislang nur ein Teil der Unternehmen aktiv an solchen Ansätzen beteiligt und viele Strategien noch im Aufbau sind, zeigt die Analyse, dass EDEKA in ausgewählten Landschaftsprojekten engagiert ist und in zentralen Beschaffungsregionen konkrete Maßnahmen umsetzt. Zugleich macht der Report deutlich, dass diese Aktivitäten noch keine systematische Abdeckung aller Lieferketten darstellen und es für eine umfassende Stärkung der Resilienz einer Skalierung der bisherigen Projekte bedarf.

Ganzheitlicher Ansatz entlang globaler Lieferketten

Der EDEKA-Verbund, inklusive Netto Marken-Discount, engagiert sich in zahlreichen Landschaftsprojekten in wichtigen Beschaffungsregionen, darunter in Südspanien (Doñana und Mar Menor), Peru, Südafrika sowie in Kolumbien und Ecuador. Ziel ist es, gemeinsam mit lokalen Partnern Lösungen für zentrale Herausforderungen wie Wasserknappheit und den Erhalt der Biodiversität zu entwickeln und umzusetzen. Im Unterschied zur Mehrzahl der Wettbewerber sind diese Aktivitäten bei EDEKA bereits fest in der Unternehmensstrategie verankert und durch

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
verbund.edeka.de





konkrete interne Zielsetzungen definiert. Klare Zuständigkeiten sowie die Unterstützung durch die Unternehmensleitung schaffen die Grundlage für ein wirksames und langfristiges Engagement.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist die enge Zusammenarbeit mit landwirtschaftlichen Erzeugern, Lieferanten und weiteren Akteuren vor Ort. EDEKA versteht diese als langfristige Geschäftspartner auf Augenhöhe und setzt gezielt Anreize für nachhaltigere Produktionsweisen. Darüber hinaus beteiligt sich EDEKA aktiv an internationalen Austauschplattformen und Branchenforen, bringt eigene Erfahrungen ein und trägt zur Weiterentwicklung gemeinsamer Standards und Lösungsansätze bei.

Messbare Fortschritte und klare Steuerung

EDEKA steuert seine Landschaftsprojekte über klare interne Ziele, feste Zuständigkeiten und regelmäßige Berichterstattung. Die Fortschritte werden mit internen Kennzahlen sowie gemeinsam mit den Projektpartnern vor Ort erfasst. Die WWF-Studie hebt besonders hervor, dass die Projekte bei EDEKA von der Unternehmensleitung aktiv unterstützt werden und damit strategisch verankert sind. So sind Strategie, Umsetzung und Monitoring eng miteinander verbunden und langfristig abgesichert.

Die Studie zeigt zugleich, dass steigende regulatorische Anforderungen – wie die EU-Richtlinien zu Nachhaltigkeitsberichterstattung und Sorgfaltspflichten – sowie steigende Erwartungen der Verbraucher:innen eine stärkere Auseinandersetzung mit globalen Lieferketten erfordern. Hierbei spielen transparente, strategisch gesteuerte und wirksame Ansätze, die über einzelne Maßnahmen hinausgehen eine entscheidende Rolle.

Hier der direkte Link zur aktuellen Studie:

[WWF_2026_Retailer_Collective_Action_Landscape_Engagement_Report_DE.pdf](#)



EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.200 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 ♥ 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 Unternehmensverbunds 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.

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
verbund.edeka

