



EDEKA und WWF setzen erfolgreiche Partnerschaft fort

EDEKA und WWF setzen erfolgreiche Partnerschaft fort
Positive Zwischenbilanz der Partnerschaft für Nachhaltigkeit
Zusammenarbeit wird fortgesetzt
Ausweitung auf Netto Marken-Discount vergrößert Wirkungsgrad
EDEKA und WWF (World Wide Fund For Nature) ziehen eine positive Zwischenbilanz ihrer strategischen Partnerschaft für Nachhaltigkeit. Daher haben die Partner gemeinsam beschlossen, ihre Zusammenarbeit fortzusetzen. Zudem erfolgt eine Ausweitung der Aktivitäten auf das EDEKA-Tochterunternehmen Netto Marken-Discount, um den Wirkungsgrad weiter zu erhöhen. Im Fokus stehen nach wie vor die Themenfelder Fisch und Meeresfrüchte, Holz / Papier / Tissue, Palmöl / Palmkernöl, Soja, Süßwasser und Klima. Neu hinzu kommt das Aufgabenfeld Verpackungen. "EDEKA will seinen ökologischen Fußabdruck weiter reduzieren und das Angebot an verantwortungsvoll erzeugten Produkten kontinuierlich ausbauen", so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA AG. "Gemeinsam mit dem WWF haben wir zahlreiche Themen angesprochen und kommen zügig voran. Dass wir 26 von 31 bis zum Jahr 2015 definierten Teilzielen bereits erreicht haben bzw. in der Umsetzung im Zeitplan liegen, ist ein positives Zwischenergebnis", so Mosa weiter. "Aber wir wissen auch, dass verantwortungsvolles Handeln ein Prozess ist. Deshalb werden wir die gute Zusammenarbeit mit dem WWF fortsetzen." Das bekräftigt auch Eberhard Brandes, Vorstand von WWF Deutschland: "Wir sind auf einem guten Weg. Die nahezu vollständige Umstellung der aktuellen EDEKA-Eigenmarken-Produkte mit Palmöl-bestandteilen auf nachhaltigere Quellen ist ein gutes Beispiel dafür. Aber es gibt noch viel zu tun. Wir werden daher die Arbeit in den bestehenden Arbeitsfeldern der Partnerschaft weiter intensivieren." Zusätzlich kommen jetzt auch Verpackungen, die nicht aus Papier und Pappe bestehen, auf den Prüfstand. Das ist Gegenstand eines neuen Arbeitsschwerpunktes. Um den Wirkungskreis der gemeinsamen Aktivitäten auszuweiten und damit noch deutlich mehr Verbraucher in Deutschland zu erreichen, gelten die Ziele der Partnerschaft künftig auch für Netto Marken-Discount als Teil des EDEKA-Verbunds. Entsprechend wird auch Netto Marken-Discount das Angebot an umweltverträglicher hergestellten Produkten in seinen über 4.150 Filialen für die wöchentlich 19 Millionen Netto-Kunden ausbauen. Fortschrittsbericht zum Status der Partnerschaft liegt vor
Die Erfolge der strategischen Partnerschaft werden auch im neuen, gerade veröffentlichten Fortschrittsbericht 2014 dokumentiert. Er basiert auf Daten, die bis Ende Juni 2014 erhoben wurden, und wurde von einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft detailliert geprüft. Der Fortschrittsbericht belegt, dass EDEKA und WWF viele gemeinsame Zielsetzungen bereits erreicht haben. In den vergangenen beiden Jahren wurden insbesondere in den Bereichen Palmöl und Holz/Papier/Tissue große Fortschritte erzielt. So stellte EDEKA 98 Prozent des Eigenmarkensortiments mit Palmölteilen auf nachhaltigere Quellen um. Holz-, Papier- und Tissueprodukte entsprechen bereits vor dem angepeilten Zieldatum 2015 nahezu vollständig den definierten Nachhaltigkeitskriterien. In anderen Segmenten zeigt sich, dass ein längerer Atem erforderlich ist: So sehen sich WWF und EDEKA in der Verantwortung, die Umstellung auf eine nachhaltigere Nutztierfütterung - also auf heimische und europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, gentechnikfreies, zertifiziertes Soja - noch wirksamer voranzutreiben. Der komplette Bericht steht auf der Unternehmensseite des EDEKA-Verbunds sowie auf den Internetseiten von WWF Deutschland zum Download bereit. EDEKA und WWF - strategische Partner für Nachhaltigkeit
Die im Jahr 2009 begonnene Kooperation zum Schutz der Meere und für nachhaltige Fischerei wurde 2012 zu einer umfassenderen und langfristigen Partnerschaft weiterentwickelt. Der WWF berät EDEKA wissenschaftlich fundiert in unterschiedlichen Themen- und Sortimentsbereichen. Schwerpunkte sind Fisch und Meeresfrüchte, Holz / Papier / Tissue, Palmöl / Palmkernöl, Soja, Süßwasser, Klima und ab 2015 Verpackungen. Zielsetzung ist es, die natürlichen Ressourcen der Erde zu schonen, den ökologischen Fußabdruck von EDEKA Schritt für Schritt deutlich zu verringern und immer mehr Kunden für nachhaltigere Produkte sowie nachhaltigeren Konsum zu begeistern. Seit dem Start der Partnerschaft im Juni 2012 wurden allein rund 300 Eigenmarkenprodukte zur besseren Orientierung zusätzlich mit dem WWF-Panda gekennzeichnet. Voraussetzung dafür ist, dass sie anerkannte ökologische Standards erfüllen und gemäß den Kriterien unabhängiger Prüforganisationen zertifiziert sind. Nähere Informationen zur Partnerschaft für Nachhaltigkeit finden Sie unter: www.edeka-verbund.de/wwf oder www.wwf.de/edeka
Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative
Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen über 4.000 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 Personalentwicklung- 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 2013 mit seinen rund 11.600 Märkten und 327.900 Mitarbeitern einen Umsatz von 46,2 Mrd. Euro. Mit rund 17.600 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.
EDEKA Zentrale AG
Co. KG
New-York-Ring 6
22297 Hamburg
Deutschland
Telefon: +49 (40) 6377 - 0
Telefax: +49 (40) 6377 - 4575
Mail: info@edeka.de
URL: http://www.edeka.de

Pressekontakt

Edeka Zentrale

22297 Hamburg

edeka.de
info@edeka.de

Firmenkontakt

Edeka Zentrale

22297 Hamburg

edeka.de
info@edeka.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage