



EDEKA UND WWF
SIND PARTNER FÜR
NACHHALTIGKEIT



EDEKA und WWF Strategische Partnerschaft Fortschrittsbericht 2016



Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

EDEKA und WWF arbeiten seit 2009 zusammen und sind seit Mitte 2012 Partner für Nachhaltigkeit. Diese strategische Partnerschaft basiert auf dem gemeinsamen Wunsch, Natur zu schützen und Ressourcen zu schonen und für kommende Generationen zu bewahren. Als einer der führenden Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland sieht sich EDEKA in einer besonderen Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft. Eine nachhaltigere Wirtschaftsweise, die den Ressourcenverbrauch dem Angebot der Erde anpasst, ist notwendige Zukunftssicherung. Deshalb will EDEKA als zukunftsorientierter Unternehmensverbund immer nachhaltiger werden.

Als Partner berät WWF fachlich fundiert zu Ausbau, Weiterentwicklung und bestmöglicher Umsetzung des nachhaltigen Handelns von EDEKA. WWF wiederum will die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Harmonie miteinander leben können.

Das Ziel dieser transformativen Partnerschaft ist es, einerseits den ökologischen Fußabdruck von EDEKA deutlich zu reduzieren – zum Beispiel durch den Ausbau des Angebots an nachhaltigeren Produkten – sowie andererseits das Bewusstsein für nachhaltiges Wirtschaften und verantwortungsvolleren Konsum zu fördern. Dazu gehört beispielsweise auch, die Wertigkeit von Ressourcen und Lebensmitteln zu vermitteln. EDEKA und WWF wollen Verbraucher für eine bewussteren Einkaufsentscheidung sensibilisieren.

Dazu soll eine klare Kennzeichnung der nachhaltigeren Alternativen im Regal beitragen: EDEKA-Eigenmarken-Produkte tragen zur besseren Orientierung zusätzlich das „Panda“-Logo des WWF.

Dazu müssen sie anerkannte Standards wie MSC, FSC® oder Blauer Engel erfüllen und durch unabhängige Prüforganisationen zertifiziert sein.

Mehr über die strategische Partnerschaft zwischen EDEKA und WWF ist auf folgenden Webseiten zu erfahren:

www.edeka.de/wwf

www.wwf.de/edeka

Im Fortschrittsbericht wird bei den einzelnen Themen auf weiterführende themenbezogene Informationen im Internet verwiesen.

ANSPRECHPARTNER
Fachbereich Sustainable
Business & Markets
WWF Deutschland
Reinhardtstr. 18
10117 Berlin

KONTAKT EDEKA
Nachhaltiger Einkauf/CSR
EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG
New-York-Ring 6
22297 Hamburg

→ Die Ermittlung des Fortschritts

Das übergeordnete gemeinsame Ziel ist mit konkreten Einzelzielsetzungen hinterlegt. Die Umsetzung dieser Zielsetzungen erfordert eine längerfristige und kontinuierliche Bearbeitung. Bis zum Fortschrittsbericht 2015 wurde über die Ziele berichtet, die im Rahmen der Vertragslaufzeit bis 2015 vereinbart waren. Mit der gemeinsamen Entscheidung, die Partnerschaft langfristig fortzusetzen, wurden auch die schon bestehenden Ziele überarbeitet und geschärft sowie neue Ziele vereinbart. Erfahrungen aus der ersten Phase in Bezug auf Zielformulierung sowie Systemgrenzen sind dabei mit aufgenommen worden.

Zu den gesetzten Schwerpunkten gehören neben Fisch und Meeresfrüchten die Themen Holz, Papier und Tissue sowie Palmöl, Soja, Klima, Süßwasser und seit 2015 auch Verpackungen. Überdies ist im Rahmen der Partnerschaft die Erstellung von Beschaffungsrisikoanalysen zu Agrarrohstoffen aus unterschiedlichen Herkunftsländern durch den WWF Teil der Zusammenarbeit.

Mit der Entscheidung, die Partnerschaft langfristig fortzusetzen, wurde auch die Ausweitung der Ziele auf Netto Marken-Discount beschlossen. Hier wird seit 2015 in den Schwerpunktthemen Holz, Papier und Tissue sowie Palmöl an der Umstellung des Eigenmarkensortiments auf nachhaltigere Alternativen gearbeitet. Die seit 2009 bestehende Zusammenarbeit im Themenfeld Fisch und Meeresfrüchte wird fortgesetzt. Darüber hinaus wird auch hier die Reduzierung des Treibhausgasausstoßes nach dem Modell Deutschland verfolgt. Ein separater Bericht stellt ab jetzt die Fortschritte und Ergebnisse bei der Zielerreichung dar. Damit verbunden ist auch, dass beim Themenfeld Fisch und Meeresfrüchte die bislang im EDEKA-Fortschrittsbericht dargestellten Netto-Zahlen herausgelöst und separat im Fortschrittsbericht von Netto Marken-Discount ausgewiesen werden.

- Fisch und Meeresfrüchte
- Holz, Papier und Tissue
- Palmöl
- Soja
- Klima
- Süßwasser
- Verpackungen

Der Grad der Zielerreichung wird einmal jährlich zum 30.6. durch den WWF erfasst und dokumentiert. Die Bewertung des Fortschritts erfolgt einerseits durch den Vergleich der Vorjahresergebnisse mit dem Status zum jeweiligen Zeitpunkt des Monitorings. Andererseits wird die Ausgangssituation („Baseline“) als Vergleichsbasis und zur Bewertung des Fortschritts herangezogen. Im Fortschrittsbericht wird bewertet, wie viele der pro Themenbereich relevanten Artikel bereits umgestellt sind. Dazu gehören neben den Eigenmarken-Produkten auch interne Verbrauchsmaterialien wie beispielsweise Druckpapier oder Hygieneartikel der EDEKA-Zentrale Hamburg. Als Basis für diese Bewertung dient der sich auf das Jahr der Fortschrittsmessung beziehende Eigenmarkenkatalog.¹ Dieser von den Kaufleuten genutzte Katalog ermöglicht im Rahmen der Prüfung eine Einschätzung, wie viele umgestellte Produkte dem Konsumenten theoretisch zur Verfügung stehen.

→ Externe Prüfung des Projektfortschritts

Beide Vertragsparteien haben sich darauf geeinigt, eine unabhängige Wirtschaftsprüfungsgesellschaft einmal jährlich mit der Überprüfung des Monitorings zu beauftragen. Aufgabe des Prüfers ist es zu beurteilen, ob Sachverhalte vorliegen, die zu der Annahme veranlassen, dass die zu prüfenden Angaben im Fortschrittsbericht nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit, Ausgewogenheit, Aktualität und Vollständigkeit erstellt worden sind.²

¹Für die Themenfelder Holz, Papier und Tissue, Palmöl und für das Co-Branding ist dies der Eigenmarkenkatalog 2015/16. Für das Monitoring bei Fisch und Meeresfrüchten wurde aus Gründen der Konsistenz zu den Berichterstattungen der Vorjahre der aktuellste Eigenmarkenkatalog gewählt (2016/17).

²Angelehnt an die Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung GRI G4.



→ Die Fortschritte im Einzelnen

Die zweite Phase der Partnerschaft führt die Zusammenarbeit zwischen EDEKA und dem WWF fort. Überarbeitete und geschärfte Zielformulierungen ermöglichen einen differenzierteren und umfassenderen Blick auf die Zielerreichung und so die Quantifizierbarkeit. Neu aufgenommen in die Prüfung der Kennzahlen ist die Zielerreichung im Themenfeld Soja/Nachhaltige Nutztierfütterung. Die Prüfung der Kennzahlen im Klimaschutz wird für die Berichterstattung 2017 angestrebt. An der Umsetzung des bereits entwickelten Klimaschutzkonzepts, welches sich am politischen 2°-Ziel orientiert, wird bereits gearbeitet. Dieser Bericht bildet die zum 30.6.2016 ermittelte Baseline zur Erfolgsmessung ab.

Zu den bereits bekannten Themen ist in der zweiten Phase der Partnerschaft der Themenschwerpunkt Verpackungen hinzugekommen. Wesentlicher Baustein war die Entwicklung eines wissenschaftlich fundierten Bewertungssystems für Eigenmarken-Verpackungen von EDEKA und Netto Marken-Discount. Darauf aufbauend ist es Ziel, die Verpackungen der Eigenmarken-Produkte systematisch und schrittweise umweltschonender zu gestalten.

In den Themenfeldern, die schon in der ersten Phase Erfolge durch Zielerreichung oder signifikante Verbesserungen im Umstellungsprozess vorwiesen, beispielsweise den Themenfeldern Holz, Papier und Tissue, Palmöl sowie Fisch und Meeresfrüchte, konnte das Erreichte gehalten werden. Nichtsdestotrotz gibt es auch hier Verbesserungspotenzial und Teilziele, an denen weiterhin gearbeitet wird. Ein Beispiel hierfür ist die Umstellung der Produkt- und Transportverpackungen im Themenschwerpunkt Holz, Papier und Tissue.

Im Folgenden sind die Teilziele je Themenbereich sowie die jeweilige Zielerreichung dargestellt. Die Bewertung erfolgt anhand folgender Systematik³:

- ✓ Ziel erreicht
- Signifikante Verbesserung zum Vorjahr⁴
- Ziel in Arbeit/Baseline erstellt
- ↘ Signifikante Verschlechterung/Zielerreichung bedroht⁵
- ✗ Ziel verfehlt

³Aufgrund der angepassten Zielformulierungen wurde auch die angewandte Systematik aktualisiert.

⁴Verbesserung um mehr als 5% im Vergleich zum Vorjahresergebnis, wenn die Ziele gleich geblieben sind.

⁵Verschlechterung um mehr als 5% im Vergleich zum Vorjahresergebnis, wenn die Ziele gleich geblieben sind.

FISCH UND MEERESFRÜCHTE



ZIEL: Bis 31.5.2017 erfolgt die 100 %-Umstellung des Fisch- und Meeresfrüchtesortiments in den Eigenmarken von EDEKA (unmittelbarer Einflussbereich) auf nachhaltige Ware.⁶ Für Verbesserungen im Bereich der Zuchten erarbeiten WWF und EDEKA in gegenseitigem Einvernehmen ein Projekt. Das Ziel eines 100 % nachhaltigen Sortiments auch bei Markenartikeln und Herstellermarken (auf die EDEKA nur mittelbaren Einfluss hat), wird durch Überzeugungsarbeit bei den Lieferanten verfolgt. Die Auslistung von Aal, Rochen, Wildstör und Hai in allen EDEKA-Märkten wird weiterhin aktiv begleitet. Daneben wird die Transparenz in der Lieferkette durch ein Projekt zur Umsetzung der IUU-Gesetzgebung verbessert.⁷ Im Thekenbereich wird sowohl das Sortiment auf nachhaltigere Quellen umgestellt als auch die Verbraucherinformation (Thekenzertifizierung, Sortimentsumstellung, Auslobung) verbessert.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | STATUS 30.06.2016 UND FAZIT ⁸ |
|---|---|
| Umstellung des Eigenmarken-Sortiments auf nachhaltigere Produkte | |
| EDEKA-EIGENMARKEN | ➔ 74% der Produkte „Gute Wahl“, 26% „Zweite Wahl“ ⁹ |
| davon Wildfisch (81%) | ➔ 80% der Produkte „Gute Wahl“, 20% „Zweite Wahl“ |
| davon Aquakultur (19%) | ➔ 47% der Produkte „Gute Wahl“, 53% „Zweite Wahl“ |
| Pizza | ➔ 1 Produkt „Zweite Wahl“ |
| Tiernahrung | ➔ 10% „Gute Wahl“; 80% „Zweite Wahl“; 10% „Lieber nicht“ |
| EDEKA-Eigenmarke Cash & Carry (C&C) | ✓ 100% (2 Produkte) MSC |
| Auslistung bedrohter Arten | ➔ 5 Märkte* mit Meldungen von Fehlverhalten ¹⁰ |
| Arbeit außerhalb des Sortiments | |
| Projekt zu Verbesserungen im Bereich der Zuchten | ➔ Das Projekt befindet sich in der Planungsphase. |
| Ausbau der Rückverfolgbarkeit und Transparenz in der Lieferkette | ➔ Umsetzung auf Lieferantenebene schwierig Neuer Ansatz im Aufbau. |
| Verbesserung des Sortiments und der Information im Thekenbereich | ➔ Die Weitergabe von Informationen und Begleitung der Sortimentsumstellung erfolgt über die EDEKA-Zentrale. |

*Bei 11.381 Märkten und ca. 4.000 selbstständigen Einzelhändlern

⁶Als Fisch und Meeresfrüchteangebot gelten alle Artikel, die in der Verkehrsbezeichnung das Wort Fisch oder eine Fischart tragen sowie alle Produkte mit einem Fischanteil von mindestens 15% am Produkt. Es wird das gesamte Eigenmarken-Sortiment inklusive Pizza, Tiernahrung und Cash & Carry (C&C) betrachtet. Nachhaltige Quellen bedeuten hier Fischereien und Zuchten, die nach einem vom WWF anerkannten Umweltstandard zertifiziert sind (z.B. MSC, Bioland, Naturland) oder in der WWF-Fisch- und Meeresfrüchtedatenbank als nachhaltige Quellen geführt werden (Score 1 und 2). Die Scores (1-5) basieren auf der Bewertung von Fischereien bzw. Zuchten anhand der folgenden Kriterien: Bestandszustand, ökologische Auswirkungen und Management des Bestandes. Score 1 und 2 (im WWF-Fischratgeber „grün“) stehen für eine weitgehend nachhaltige Fischerei/Zucht. Score 3 („gelb“) steht für eine Fischerei/Zucht, die vertretbar ist. Score 4 und 5 („rot“) stehen für eine destruktive Fischerei/Zucht.

⁷IUU (illegal, uncontrolled and unreported fisheries): illegale, ungemeldete und unregulierte Fischerei

⁸Erreichtes wurde gehalten. Die Umstellung erfolgte mit dem Zieldatum Mai 2015.

⁹„Gute Wahl“ entspricht MSC, Naturland, Bioland, ASC und Score 1 und 2 (grün) nach WWF-Datenbank. „Zweite Wahl“ entspricht Score 3 (gelb) und Score 4 und 5 nach WWF-Datenbank entsprechen der Empfehlung „Lieber nicht“.

¹⁰Bisher hat hier keine aktive Überprüfung stattgefunden. Meldungen wurden an die EDEKA-Zentrale weitergegeben, welche die Rückverfolgung verantwortet und aktiv begleitet hat. Ab 2016 wird eine Prüfung in den Märkten angestrebt.



STATUS: Auch in der zweiten Phase strebt EDEKA an, im Verbund ein zu 100 % nachhaltiges Fisch- und Meeresfrüchtesortiment zu erreichen. Das Ziel bezieht sich auf das gesamte Sortiment inklusive Markenartikeln und Fabrikmarken. Für kritische Produkte (Score 4 und 5) werden Maßnahmen entwickelt und umgesetzt, die sowohl eine Verbesserung als auch eine Zertifizierung der Fischereien und Zuchten erwirken. Aus Gründen der Datensicherheit ist das Monitoring auf die Eigenmarken von EDEKA begrenzt.¹¹ Die Umstellung des Sortiments jenseits der Eigenmarken ist jedoch weiterhin Ziel der gemeinsamen Arbeit. Im Rahmen von Gesprächen mit Lieferanten von Markenartikeln und Fabrikmarken werden weiterhin die Zielsetzungen von EDEKA vermittelt und für deren Unterstützung geworben.

| Entwicklung des Sortiments der EDEKA-Eigenmarken national ¹² | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|-----------------------|---------|---------|-----------|---------|---------|-----------|---------|---------|
| Produktlinie EDEKA-Eigenmarke | | Gesamt Artikel Anzahl | ASC | BIO | MSC | Score 1 | Score 2 | Score 3 | Score 4 | Score 5 |
| Baseline 2012 | Produkte Prozent | 81 100% | 0 0% | 2 2% | 45 56% | 0 0% | 3 4% | 31 38% | 0 0% | 0 0% |
| Erhebung 2013 | Produkte Prozent | 80 100% | 1 1% | 5 6% | 42 53% | 1 1% | 1 1% | 30 38% | 0 0% | 0 0% |
| Erhebung 2014 | Produkte Prozent | 71 100% | 2 3% | 4 6% | 44 62% | 0 0% | 2 3% | 19 27% | 0 0% | 0 0% |
| Erhebung 2015 | Produkte Prozent | 78 100% | 1 1% | 3 4% | 49 63% | 0 0% | 3 4% | 22 28% | 0 0% | 0 0% |
| Erhebung 2016 | Produkte Prozent | 81 100% | 4 5% | 3 4% | 52 64% | 0 0% | 1 1% | 21 26% | 0 0% | 0 0% |

Erhebung 2016

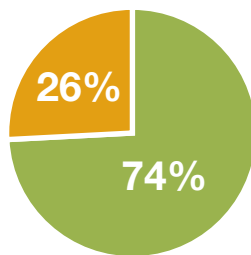


Tabelle 1: Zeitlicher Verlauf der Zusammensetzung im EDEKA-Eigenmarken-Sortiment (Wildfisch und Zuchtfisch) von der Baseline 2012 bis zur letzten Erhebung 2016. Die abgebildete Grafik stellt die Verteilung im EDEKA-Eigenmarken-Sortiment dar: „Gute Wahl“ entspricht MSC, Naturland, Bioland, ASC und Score 1 und 2 (grün) nach WWF-Datenbank. „Zweite Wahl“ entspricht Score 3 (gelb) und Score 4 und 5 (rot) nach WWF-Datenbank entsprechen der Empfehlung „Lieber nicht“.

- Gute Wahl
- Zweite Wahl
- Lieber nicht

Bei den EDEKA-Eigenmarken ist die Gesamtzahl der Produkte seit 2012 mit leichten Schwankungen konstant geblieben. Der Anteil von MSC- und ASC-zertifizierten Produkten hat leicht zugenommen. Im Vergleich zur Baseline 2012 ist ein Anstieg der „Gute Wahl“-Produkte zu erkennen, wobei der Anteil von „Zweite Wahl“-Produkten zurückgegangen ist.

Im Rahmen des Monitorings findet eine Differenzierung der Produkte nach Wild- und Zuchtfisch statt. Dabei zeigt sich, dass die Zielerreichung der strategischen Partnerschaft für Wildfisch höher ist als für Zuchtfisch. Im Bereich Zuchtfisch gibt es neben den bekannten Biostandards seit 2012 für wichtige kommerzielle Arten wie Lachs und Shrimp (2014) für den konventionellen Bereich die Zertifizierung entsprechend des Aquaculture Stewardship Council Standards (ASC). Der ASC ist ein weiteres für den Endverbraucher erkennbares Zertifizierungssystem, mit dem eine verantwortungsvolle Aquakultur nachgewiesen werden kann. Im Bereich der Zuchten empfiehlt der WWF neben den Bio-Zertifizierungen von Naturland und Bioland den ASC-Standard. Die Anzahl der Zertifizierungen hat zugenommen, die Verfügbarkeiten sind aber häufig noch nicht ausreichend. Im Vergleich zum Vorjahr ist im Bereich der Zuchten der Anteil an Produkten aus dem Segment „Gute Wahl“ deutlich gestiegen.

Im Bereich Tiernahrung gab es nur wenige Veränderungen gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil an „Zweite Wahl“-Produkten im Sortiment konnte ausgebaut und somit eine Verringerung der Anteile aus rot bewerteter Fischerei (Score 4 und 5) erzielt werden. Im Rahmen der Partnerschaft wird hier kontinuierlich an einer Verbesserung des Angebots gearbeitet.

¹¹Das Monitoring bezieht sich auf die Teilziele „EDEKA-Eigenmarken“, „Pizza“, „Tiernahrung“ und „C&C“.

¹²Die Produktanzahl schwankt mit der Entwicklung des Sortiments.

Im Berichtszeitraum wurden während der jährlichen Statuserhebung keine Artikel der bereits in 2009 von der EDEKA-Zentrale dauerhaft ausgelisteten bedrohten Arten (Aal, Hai, Wildstör, Rochen) beziehungsweise der sieben temporär ausgelisteten Fischarten im Eigenmarken-Sortiment von EDEKA registriert. Im Einzelhandel gab es 2016 in fünf Märkten Meldungen von kritischen Arten.

Ein gemeinsam von EDEKA und WWF initiiertes Aquakulturprojekt befindet sich im Aufbau. Zum Zeitpunkt der Berichterstellung erarbeiten beide Partner ein gemeinsames Verständnis der Rahmenbedingungen.

Ein weiteres Teilziel, welches im mittelbaren Einflussbereich von EDEKA liegt, ist sowohl die Verbesserung des Sortiments als auch die Bereitstellung von Informationsmaterial im Thekenbereich der einzelnen Märkte. Hier wird im Rahmen der Partnerschaft unter anderem die weitere Umsetzung in Richtung 100 % nachhaltige Frischfisch-Sortimente und die Kennzeichnung entsprechend der geltenden Richtlinie (Gemeinsame Marktorganisation für Fischerezeugnisse) über entsprechende Thekenschilder angestrebt. Eine Kommunikation der Partnerschaftsinhalte gegenüber Endverbrauchern findet beispielsweise durch Auslage des Fischaträtgebers und Veröffentlichung von Berichten zu nachhaltiger Fischerei in der „Mit Liebe“ oder „das schmeckt!“ statt.

EDEKA-Kaufleute werden zusätzlich über die Handelsrundschau informiert. Sogenannte Fischkoordinatoren verantworten in den Regionen die Umsetzung und Überwachung der EDEKA-Ziele, welche unter anderem in den EDEKA-Leitlinien Nachhaltiger Fisch verankert sind. Die Zielerfüllung koordiniert der Bereich Nachhaltiger Einkauf in der EDEKA-Zentrale.

„Wo die Krabben gefischt werden“ – Eine Studie zur Krabbenfischerei im Wattenmeer

Mit der Unterstützung von EDEKA hat der WWF 2016 im Rahmen des Projektes „Ökologisch verträgliche Krabbenfischerei“ erstmals in einem Report die Krabbenfischerei in den Schutzgebieten des Wattenmeeres und der Nordsee mittels Satellitendaten im Detail erfasst und sichtbar gemacht.

Die Ergebnisse zeigen, dass mehr als zwei Drittel (69%) der Fischerei auf die Nordseegarnelen innerhalb des Nationalparks stattfindet. Davon entfällt der weitaus größte Anteil auf das offene Meer, seewärts der Inseln. In den empfindlichsten Gebieten des Nationalparks, dem eigentlichen Wattenmeer zwischen Inseln und Festland, findet ein gutes Viertel (26 %) der Fischerei statt. Hier ist die Befischung am stärksten in den Mündungsgebieten von Elbe und Eider, in den Tidebecken vor Büsum und der Meldorfer Bucht sowie in der Osterems und der Accumer Ee.

Die Daten verdeutlichen, dass für ein ökosystemgerechtes Fischerei-Management Änderungen erfolgen müssen. Diese müssten zusammen mit der Fischerei erarbeitet und dann schrittweise in einer Übergangszeit umgesetzt werden. Dabei ist das Ziel, vielfältige und natürliche Ökosysteme wiederentstehen zu lassen und zugleich eine regionale, wirtschaftlich tragfähige Küstenfischerei zu erhalten. Der Report kann auf der Webseite des WWF herunter geladen werden unter www.wwf.de/watt/fischerei



... mehr zum Thema Fisch und Meeresfrüchte unter:
www.edeka.de/wwf/fisch
www.wwf.de/edeka-fisch

HOLZ/ PAPIER/ TISSUE



ZIEL: Die in der ersten Vertragslaufzeit definierten Ziele von 100 % Umstellung aller relevanten Eigenmarkenartikel (inklusive primäre Endverbraucherpackungen) sowie der Materialien des internen Verbrauchs auf Recyclingmaterial (Blauer Engel/FSC®-Recycled) oder FSC®-Frischfasermaterial haben weiterhin Bestand, das bestehende Umsetzungsniveau wird mindestens gehalten. Grundsätzlich gilt für alle Bereiche, dass Einsparung vor zertifiziertem Recyclingmaterial (Blauer Engel/FSC®-Recycled) vor FSC®-zertifizierter Frischfaser präferiert wird. Bis 2017 strebt EDEKA alle Artikel im Grillkohle-Preiseinstiegssegment auf FSC® umgestellt und zertifiziert zu haben sowie alle Tissue-Artikel auf Recycling oder FSC®-Frischfaser. Alle Frischfaserprodukte müssen das FSC®-Label tragen. Bis 2017 strebt EDEKA an, dass 100% der Transportverpackungen verifizierbar aus 100 % Recyclingmaterial bestehen.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | STATUS 30.06.2016 UND FAZIT ¹³ | |
|--|---|---|
| Umstellung auf FSC® / Recycling | | |
| Getränkekartons | ✓ | 100% der Produkte FSC®-zertifiziert |
| Tissue-Artikel | ✓ | 100% der Produkte Blauer Engel- / FSC®-zertifiziert Arbeit am Ausbau des Recycling-Anteils |
| Officeprodukte | ✓ | 100% der Produkte Blauer Engel- / FSC®-zertifiziert Arbeit am Ausbau des Recycling-Anteils |
| Pappteller und -becher | ✓ | 100% der Produkte FSC®-zertifiziert |
| Grillkohle | ➔ | 83% der Produkte FSC®-zertifiziert Arbeit im Preiseinstiegssegment wird fortgesetzt |
| Holzprodukte | ✓ | 100% der Produkte Blauer Engel- / FSC®-zertifiziert Arbeit am Ausbau des Recycling-Anteils |
| Produktverpackungen | ✗ | Ziel zum 31.12.2015 nicht erreicht 90% der Verpackungen inzwischen umgestellt |
| Transport- und Versandverpackungen | ➔ | Umstellung erfolgt schrittweise |
| Papierprodukte des internen Verbrauchs | ✓ | Zielerreichung von über 99% konnte gehalten werden |



STATUS: Im ersten Jahr der zweiten Phase wurde hauptsächlich an der Umstellung der Produktverpackungen und Transport- und Versandverpackungen gearbeitet. Bei der Umstellung der primären Endverbraucherpackungen lag die Zielsetzung bei einer 100%-Umstellung zum 31.12.2015. Dieses Ziel wurde bis Ende 2015 nicht erreicht, zum Stichtag des Monitorings 2016 lag der Umstellungsgrad bei 90%.

¹³Erreichtes wurde gehalten. Die Umstellung erfolgte mit unterschiedlichen Zieldaten bis Dezember 2015.

Die Umstellung der Transportverpackungen hat begonnen, erste Verpackungen sind bereits umgestellt. Aufgrund des Umfangs – es sind mehrere tausend Produkte betroffen – und der Komplexität der Umstellung (wie einem besonders aufwändigen Austausch mit den Lieferanten) konnte der Umstellungsgrad in diesem Jahr noch nicht ermittelt werden.

Die Umstellung des EDEKA-Eigenmarken-Sortiments mit Holz-, Papier- und Tissue-Bestandteilen auf Recycling, FSC® beziehungsweise Blauer Engel wurde gehalten. Ziel ist es, den Anteil an Recyclingmaterial zu erhöhen. Während viele Verpackungen bereits von FSC®-Frischfaser auf FSC®-Recycled umgestellt wurden, erfolgte eine entsprechende Umstellung von Produkten mit Holz-, Papier- und Tissuebestandteilen bislang noch nicht.

| Produktportfolio | Produkte gesamt | davon umgestellt | | davon Recycling | |
|---------------------|-----------------|------------------|------|-----------------|-----|
| | | Anzahl | % | Anzahl | % |
| Getränkekartons | 57 | 57 | 100% | - | - |
| Pappteller | 4 | 4 | 100% | - | - |
| Grillkohle | 6 | 5 | 83% | - | - |
| Tissue | 46 | 46 | 100% | 1 | 2% |
| Holzprodukte | 32 | 32 | 100% | 2 | 6% |
| Officeprodukte | 47 | 47 | 100% | 16 | 34% |
| Produktverpackungen | 2169 | 1948 | 90% | - ¹⁴ | - |

Tabelle 2: Umstellung der EDEKA Eigenmarken-Produkte und Verpackungen auf FSC® / Recycling

INTERNER VERBRAUCH

| Produktportfolio | Tonnen | davon umgestellt | | davon Recycling | |
|-------------------------------------|--------|------------------|-------|-----------------|-----|
| | | Tonnen | % | Tonnen | % |
| Materialien des internen Verbrauchs | 99,1 | 98,8 | 99,7% | 91,5 | 92% |

Tabelle 3: Umstellung des internen Verbrauchs (EDEKA-Zentrale) auf FSC® / Recycling (Status 30.06.2016)



STATUS: Die Umstellung der Materialien des internen Papierverbrauchs (z.B. alle Druck- und Hygienematerialien der EDEKA-Zentrale) auf nachhaltigere Quellen wurde bereits 2014 zu 99 % erreicht und konnte gehalten werden. Nicht umgestellte Produkte haben aufgrund sehr geringer Mengen kaum Relevanz. Die großen Posten wie Druck- und Hygienepapier sind zu 100 % auf Blauer Engel-Recyclingpapier umgestellt.¹⁵

INTERNER VERBRAUCH KOSTENARTIKEL

Kostenartikel, d.h. Verbrauchsartikel wie Papiertragetaschen oder Bäckerbeutel, können von den Regionen über die EDEKA-Zentrale bezogen werden. Die Umstellung dieser Verbrauchsartikel erfolgt über die vertragliche Vereinbarung hinaus. Mit Ausnahme eines Artikels sind hier alle Artikel umgestellt. Nach Schätzungen von EDEKA nutzen 80 % aller Märkte diese nachhaltigeren Kostenartikel.

¹⁴Hier wurden keine Werte ermittelt.

¹⁵Ein geringer Anteil (<1 %) an Artikeln wird in der EDEKA-Zentrale dezentral und direkt bestellt und kann somit nicht geprüft werden.

EDEKA BIO Obst und Gemüse: Verpackungen nur noch mit Siegel

Auch außerhalb der vereinbarten Zielsetzungen zur Partnerschaft für Nachhaltigkeit engagiert sich EDEKA in den Themenfeldern, so bei Holz/Papier.

Obst und Gemüse wird nicht im Eigenmarkenkatalog aufgeführt, somit gehören die Produkte nicht zum Geltungsbereich der vereinbarten Zielsetzungen. Dennoch hat EDEKA zum 1. Januar 2017 auch die Papier- und Kartonverpackungen für frisches Obst und Gemüse der Marke EDEKA BIO auf zertifiziertes Material umgestellt.

Die Umstellung dieser sogenannten primären Endverbraucherpackungen erfolgte auf FSC®- oder Blauer Engel-zertifiziertes Verpackungsmaterial (Holz, Papier und Pappe).



... mehr zum Thema Holz/Papier/Tissue unter:
www.edeka.de/wwf/holz
www.wwf.de/edeka-holz

PALMÖL



ZIEL: In allen palmöhlhaltigen EDEKA-Eigenmarken (ohne Derivate/Fraktionen) wird EDEKA weiterhin 100 % reines raffiniertes, zertifiziertes Palmöl (-fett) einsetzen. Die Zertifizierung erfolgt nach RSPO Segregated oder nach vom Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) anerkannten vergleichbaren Zertifizierungsstandards. Darüber hinaus wird ein Pilotprojekt zur Umsetzung der FONAP-Kriterien durchgeführt.

Bis 2017 stellt EDEKA in allen palmkernöhlhaltigen Eigenmarken (ohne Derivate/Fraktionen) auf 100 % reines raffiniertes zertifiziertes Palmkernöl(-fett) um. Die Zertifizierung erfolgt vorzugsweise nach RSPO Segregated, wo nicht möglich nach RSPO Mass Balance oder nach vom Forum Nachhaltiges Palmöl anerkannten vergleichbaren Zertifizierungsstandards.

Derivate/Fraktionen aus Palm(kern)öl stellt EDEKA bis 2017 auf 100% RSPO Mass Balance oder auf vom Forum Nachhaltiges Palmöl anerkannte vergleichbare Zertifizierungsstandards um.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | STATUS 30.06.2016 UND FAZIT |
|---|---|
| Umstellung auf zertifizierte Quellen nach dem RSPO Lieferkettenmodell „Segregated“ oder „Mass Balance“ | |
| Palmöhlhaltige EDEKA-Eigenmarken-Produkte (ausschließlich reines raffiniertes Palmöl) | ➔ Umstellung bei 92% der Produkte auf RSPO SG erfolgt |
| Palmkernöhlhaltige EDEKA-Eigenmarken-Produkte | ➔ Umstellung bei 17% der Produkte auf RSPO SG erfolgt; 83% auf RSPO MB umgestellt |
| Derivate / Fraktionen aus Palm(kern)öl | ➔ Umstellung bei 42% der Produkte auf RSPO SG und MB erfolgt |



STATUS: Die Zielformulierung im Themenfeld Palmöl wurde in der zweiten Phase der Partnerschaft geschärft hin zu einem höheren Maß der Umstellung auf physische Lieferketten. Insgesamt sind im EDEKA-Eigenmarken-Sortiment 99% der Produkte mit Palmölbestandteilen auf zertifizierte Quellen umgestellt. Dabei wurde nicht bei allen Palm(kern)ölbestandteilen das gemäß der Zielvereinbarungen der zweiten Phase vorgegebene Lieferkettenmodell erreicht.

Tabelle 4 stellt den Anteil der Umstellung auf die verschiedenen Lieferkettenmodelle je Produktgruppe dar. Für Produkte, die sowohl Palmöl als auch Palmkernöl und/oder Derivate/Fraktionen beinhalten, gilt, dass die einzelnen Bestandteile nach den oben beschriebenen Lieferkettenmodellen umgestellt werden müssen.

Bei Produkten mit ausschließlich reinem Palmöl sind 92% auf das Lieferkettenmodell RSPO Segregated umgestellt. Insgesamt enthalten 98% der Produkte in diesem Segment physisch RSPO-zertifiziertes Palmöl (SG/MB). Palmkernöl oder Palmkernfett ist in vielen Produkten enthalten, zum Teil in geringen Anteilen. Die vereinbarte Umstellung der Bestandteile nach vorzugsweise RSPO Segregated – in Ausnahmefällen und nur, wo nachweislich nicht anders möglich, nach RSPO Mass Balance – wurde zu 17% erreicht.

Insbesondere im Bereich der Derivate und Fraktionen ist die Umstellung auf physisch zertifizierte Ware aufgrund vieler Verarbeitungsschritte eine Herausforderung. Die Zielerreichung bei der Umstellung bei Eigenmarken-Produkten mit Derivaten/Fraktionen von Palm(kern)öl liegt bei 99%. Auf die physischen Modelle (SG/MB) sind bisher 42% der Produkte umgestellt.

Die Zielformulierung für die Umstellung von Derivaten/Fraktionen von Palm(kern)öl ist in der zweiten Phase angepasst worden und betrachtet zur Zielerreichung die Umstellung auf RSPO Mass Balance. Der Erwerb von GreenPalm-Zertifikaten wird noch bis zur vollständigen Umstellung akzeptiert.

| Produktportfolio | davon umgestellt | | | | | | nicht umgestellt | | Umstellung auf angestrebtes Lieferkettenmodell |
|--|------------------|-----|-----|-----|--------------|-----|------------------|-----|--|
| | SG | | MB | | Book & Claim | | | | |
| Palmöhlhaltige Produkte ohne Derivate/Fraktionen ¹⁶ | 166 | 92% | 11 | 6% | 0 | 0% | 3 | 2% | 92% |
| Palmkernöl/-fetthaltige Produkte | 2 | 17% | 10 | 83% | 0 | 0% | 0 | 0% | 17% |
| Produkte mit Derivaten/Fraktionen von Palm-(kern)öl | 19 | 6% | 123 | 36% | 198 | 58% | 2 | <1% | 42% |

Tabelle 4: Umstellung der EDEKA-Eigenmarken-Produkte nach RSPO Lieferkettenmodell

RSPO-Lieferkettenmodell „Segregated“ (SG)

Das RSPO-zertifizierte Palmöl wird entlang der gesamten Lieferkette getrennt verarbeitet, im Produkt befindet sich ausschließlich RSPO-zertifiziertes Palmöl.

RSPO Lieferkettenmodell „Mass Balance“ (MB)

Entlang der Handelskette wird genau so viel RSPO-zertifiziertes Palm(kern)öl verkauft, wie eingekauft wurde. Die Handelsströme von zertifiziertem und nicht zertifiziertem Material werden nicht getrennt, daher muss sich das RSPO-zertifizierte Material nicht im Endprodukt wiederfinden.

„Book & Claim“

Bei dem Book & Claim Handelsmodell verkaufen Palmölproduzenten virtuelle Zertifikate. Diese stehen jeweils für eine bestimmte Menge zertifiziertes Palmöl. Der Kauf und die Einlösung der Zertifikate berechtigt, folgenden Claim auszuloben: ‚erhöht die Produktion von (RSPO-zertifiziertem) nachhaltigem Palmöl‘.

... mehr zum Thema Palmöl unter:
www.edeka.de/wwf/palmoel
www.wwf.de/edeka-palmoel

¹⁶ Umstellung laut Zielvereinbarung nach RSPO SG.

SOJA



ZIEL: EDEKA setzt sich bei der Verwendung von Futtermitteln in der Schweine-, Rinder- und Geflügelernährung für eine Umstellung auf heimische/europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, gentechnikfreies, zertifiziertes Soja (RTRS+gvo frei, Soja nach „ProTerra“ Richtlinien, Donausoja) ein.

Dies erfolgt durch eine systematische Ansprache von Lieferanten der Teilssegmente Fleisch/Wurst, Weiße Linie sowie Tiefkühl(TK)-Geflügel.¹⁷

Darüber hinaus werden EDEKA-Startprojekte zur Erprobung der Umstellung auf heimische/europäische Futtermittel bzw. nachhaltigeres, zertifiziertes, gentechnikfreies Soja vorangetrieben. Fütterungsstudien werden fortgeführt und auf Betriebsebene erprobt (Pilotbetriebe). Auch die Informations- und Sensibilisierungsarbeit wird fortgesetzt.¹⁸



DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | STATUS 30.06.2016 UND FAZIT |
|---|---|
| Umstellung auf zertifiziert nachhaltigere Futtermittel | |
| TEILSEGMENTE | |
| Weiße Linie Gelbe Linie | ➔ Baseline zur zukünftigen Fortschrittmessung erstellt |
| Fleisch / Wurst | ➔ Baseline zur zukünftigen Fortschrittmessung erstellt |
| STARTPROJEKTE | |
| Heumilch | ✓ Die nationale Heumilch ist seit 2014 auf dem Markt und wird in 3 Regionen verkauft |
| Masthähnchen (TK) „GUT&GÜNSTIG“ | ✓ Baseline ist erstellt; umgestellt auf zertifiziert nachhaltigere Futtermittel seit Mai 2016 |
| Eier aus Bodenhaltung „GUT&GÜNSTIG“ | ➔ Baseline erstellt; alle Lieferanten füttern mit GVO-freien Futtermitteln |
| Arbeit außerhalb des Sortiments | |
| Fütterungsstudien auf Pilotbetrieben | ✓ Fütterungsstudien durchgeführt |
| Information und Sensibilisierung | ✓ Vorträge, Austausch auf Lieferanten- sowie Fach- und Verbandsebene |



STATUS: In der ersten Phase der Partnerschaft wurden relevante Lieferanten in den Teilssegmenten Fleisch/Wurst, weiße und gelbe Linie sowie Tiefkühl-Geflügel mit der Zielsetzung angesprochen, um individuelle Vorgehensweisen für eine Umstellung und Reduktion der Soja-Futtermittel zu entwickeln.

Im Rahmen des Monitorings nach dem ersten Jahr der zweiten Phase wurden die Ergebnisse dieser Gespräche aufgenommen. Zu beachten ist dabei, dass nur die bereits umgestellten Mengen und ausschließlich Produkte mit klar nachvollziehbarer und übersichtlicher Lieferkette bei der Prüfung betrachtet wurden. Anders als bei den anderen Teilprojekten konnte kein Referenzrahmen ermittelt werden. Eine Darstellung der auf das Gesamtsortiment bezogenen Produktmengen ist somit nicht möglich.

¹⁷Das Themenfeld Soja/Nachhaltige Nutztierfütterung ist in verschiedene Teilssegmente unterteilt, die jeweils eine Produktgruppe im Eigenmarkensortiment von EDEKA abdecken. „Weiße Linie“ bezieht sich dabei auf Milch und Milchprodukte, „gelbe Linie“ bezeichnet das Käsesortiment. Hierbei handelt es sich um ca. 150 Produkte.

¹⁸Eine Umstellung auf zertifiziert nachhaltigere Futtermittel beinhaltet die vertragliche Verankerung im Anforderungskatalog zum Produkt im Rahmen der Lieferantenauswahl.

UMSTELLUNG NACH TEILSEGMENTEN

Im Teilsegment Fleisch/Wurst erfolgte keine Umstellung. Im Teilsegment weiße und gelbe Linie wurden bis zum Stichtag 30.06.2016 fünf Produkte zunächst auf GVO-freie Futtermittel umgestellt. Diese werden mit dem Siegel „Ohne Gentechnik“ des Verbands Lebensmittel ohne Gentechnik (VLOG) gekennzeichnet. Eine zertifiziert nachhaltigere Fütterung konnte in diesem Jahr noch nicht festgestellt werden. Zusätzlich zur Kennzeichnung mit dem Siegel „Ohne Gentechnik“ wird es die Kategorie „Gutes Futter“ geben. Hiermit werden Produkte gekennzeichnet, deren Erzeugung eine GVO-freie Fütterung zugrunde liegt, die aber wegen weiterer Produktbestandteile nicht mit dem Siegel „Ohne Gentechnik“ des VLOG ausgestattet werden können.

| Teilsegment | umgestellt nach | |
|-------------------------------|---------------------------|-------|
| | Zertifiziert nachhaltiger | VLOG |
| Fleisch / Wurst (in t) | --- | --- |
| Weißer Linie (in t) | --- | 7.012 |
| Gelbe Linie (in t) | --- | 1.083 |

Tabelle 5: Baseline im Eigenmarken-Sortiment nach Teilsegmenten

UMSTELLUNG IM RAHMEN DER STARTPROJEKTE

Nachhaltiger gefüttert wird im Bereich der Startprojekte bei der seit 2014 auf dem Markt befindlichen Heumilch, die in den Regionen Hessenring, Nord- und Südbayern verkauft wird. Hier wird gänzlich auf Sojafuttermittel verzichtet.

Erfolge gibt es im Teilsegment TK-Hähnchen. Hier ist die Fütterung bei allen Lieferanten seit Mai 2016 auf zertifiziert nachhaltigeres Soja umgestellt. Die Mengen sind in Tabelle 4 dargestellt. Convenience-Produkte sind aufgrund der Komplexität innerhalb der Lieferkette nicht berücksichtigt.

Beim Startprojekt Eier aus Bodenhaltung der EDEKA Eigenmarke GUT&GÜNSTIG stammen die Eier von GVO-frei gefütterten Legehennen.¹⁹ Einige Lieferanten gaben auch in diesem Berichtszeitraum an, zertifiziert nachhaltigeres Soja zu füttern. Eine vertragliche Verankerung ist nicht vorgenommen worden.

| Startprojekt | umgestellt nach | |
|--------------------------------|--------------------------------|-----------|
| | Zertifiziert nachhaltiger in % | VLOG in % |
| G&G Eier (in Stück) | 0% ²⁰ | 100% |
| Hähnchen TK (in Stück) | 100% | --- |

Tabelle 6: Baseline der Startprojekte

INFORMATIONEN

Auch im vergangenen Jahr wurden auf Fach- und Verbandsebene Entscheidungsträger mittels Gesprächen und Vorträgen informiert und sensibilisiert.

¹⁹Bundesweit bietet EDEKA Eier unter den Eigenmarken GUT&GÜNSTIG (Bodenhaltung) sowie EDEKA (Bio-Zertifizierung) an. Somit sind alle Eier der nationalen Eigenmarken auf GVO-freie Fütterung umgestellt.

²⁰Drei Lieferanten geben an, zertifiziert nachhaltiger zu füttern. Aufgrund der fehlenden Verankerung im Anforderungskatalog für die Lieferanten, werden diese Eier jedoch nicht als umgestellt bewertet.

Alternative Fütterung von Schweinen

Im Rahmen der Partnerschaft für Nachhaltigkeit wurden im Jahr 2015 Praxisversuche in zwei Schweinemastbetrieben durchgeführt. Sie basieren auf der WWF-Futtermittelstudie „Alternativen zu importierten Sojaerzeugnissen in der Schweinefütterung“. Die sojaschrotreduzierten Fütterungsstrategien belegen, dass deutlich weniger Sojaschrot und weniger Proteinzufuhr keine negativen Auswirkungen auf die Leistungen der Tiere haben. Einer der beiden Betriebe reduzierte dabei den Anteil von Sojaschrot von 41 Kilogramm auf knapp zwölf Kilogramm pro Mastschwein. Als Ersatz kamen auf den Betrieben Rapsschrot und Körnerleguminosen wie Erbsen, Ackerbohnen und Lupinen zum Einsatz.

Die Fütterungsversuche belegen damit, dass Landwirte durch sojaschrotreduzierte Fütterungsstrategien und Einsatz heimischer Eiweißfuttermittel aktiv dazu beitragen können, dass weniger Soja importiert werden muss und so der Druck auf die Anbauflächen in Südamerika sinkt. Heimisch angebaute Leguminosen und Raps sind gentechnikfrei und die hiesige Landwirtschaft profitiert bei deren Anbau von der Vielzahl ihrer positiven Ökosystemleistungen.

Die Futtermittelstudien zum Download
www.wwf.de/futterreport-schweine
www.wwf.de/futterreport-gefluegel



... mehr zum Thema Soja unter:
www.edeka.de/wwf/soja
www.wwf.de/edeka-soja

KLIMA



KLIMASCHUTZ IM UNTERNEHMEN



ZIEL: EDEKA strebt an, ihren Treibhausgasausstoß kontinuierlich zu reduzieren. Als Orientierung dafür dient das politische Ziel, die globale Erwärmung auf deutlich unter 2°C, verglichen mit vorindustriellen Niveaus, zu begrenzen. Dazu erfolgt bis zum 31.05.2015 eine Pilotphase mit Energieberatungen für jeweils fünf repräsentative Markttypen aus einer EDEKA-Regionalgesellschaft und von Netto Marken-Discount sowie für drei Standorte aus Produktion, Logistik und Verwaltung im direkten Einflussbereich der EDEKA-Zentrale.

Unter Verwendung der Ergebnisse der Pilotphase wird bis zum 30.06.2015 für alle weiteren Standorte der EDEKA-Zentrale und von Netto Marken-Discount jeweils ein Klimaschutzprogramm mit Meilensteinen, Maßnahmen und Zeithorizonten innerhalb der Vertragslaufzeit erarbeitet.

Zusätzlich entwickelt die Zentrale einen Aktionsplan zur Unterstützung der EDEKA-Regionalgesellschaften bei der Umsetzung von Klimaschutzaktivitäten. Der Aktionsplan umfasst konkrete Maßnahmenvorschläge, Unterstützungsangebote sowie Kommunikationsmittel.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

Oberziel: THG-Emissionen von EDEKA werden kontinuierlich reduziert, orientiert am 2°C-Pfad



Absolut betrachtet sind die THG-Emissionen gestiegen

TEILZIEL

STATUS 30.06.2016 UND FAZIT

EDEKA-Zentrale

Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen in 3 Pilotstandorten (Produktion, Logistik, Verwaltung)



Energieanalysen in 3 Pilotstandorten durchgeführt; Energieverbrauchszähler wurden installiert; Umsetzung von Maßnahmen folgt

Umsetzung des Maßnahmenplans in allen weiteren Standorten der Zentrale



Installation von Energieverbrauchszählern, Einrichtung Energieteam, LED-Umrüstung sowie Mitarbeitersensibilisierung in allen wesentlichen Standorten

Umsetzung eines Pilotprojekts mit einem Dienstleister



Wird im nächsten Projektjahr angegangen

Netto Marken-Discount

Umsetzung der Maßnahmenpläne in 5 Pilotfilialen



Energieanalysen in 5 Pilotfilialen durchgeführt; Ergebnisse zur Untermauerung der Maßnahmenpläne für alle Netto-Filialen genutzt

Umsetzung der Maßnahmenpläne in allen weiteren Netto-Filialen



Umsetzung erfolgt schrittweise

Umsetzung der Maßnahmenpläne in allen Netto-Standorten aus Verwaltung und Logistik mit LkW-Flotte



Maßnahmenplan liegt vor und wird bis 2017 umgesetzt

Regionen

Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen in 5 Pilotmärkten



Energieanalysen in 4 Pilotmärkten durchgeführt; Vorgeschlagene Maßnahmen (LED, verglaste Kühlmöbel mit Wärmerückgewinnung) werden wo möglich umgesetzt

Entwicklung und Umsetzung eines Aktionsplans zur Unterstützung der EDEKA-Regionalgesellschaften bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen



Die aktive Förderung von Klimaschutzmaßnahmen der Zentrale in den Regionen ist nur begrenzt möglich; Individuelle Lösungen werden abgestimmt

Kommunikationskanal zur Förderung von Klimaschutzaktivitäten bei den selbstständigen Kaufleuten im Verbund



Eine zentrale IT-Lösung ist für die Kaufleute nicht praktikabel; Individuelle Lösungen pro Region sind angedacht beziehungsweise in Anwendung



STATUS: Während der Pilotphase wurden Energieverbrauchsanalysen in den Bananenreifereien von EDEKA, in der Saftproduktion und den Verwaltungsstandorten von Sonnländer, in fünf Netto-Filialen und in vier EDEKA-Märkten in den Regionen durchgeführt und dabei Einsparpotenziale aufgezeigt.

Die **EDEKA-Zentrale** hat ein Energieteam gegründet, das vierteljährlich mit dem Ziel zusammenkommt, intern die Optimierung von Energieeffizienzmaßnahmen voranzutreiben. Parallel dazu wurde und wird in den wesentlichen Standorten der Zentrale eine Zählerinfrastruktur installiert, um die Hauptenergieverbräuche zu erfassen und Einsparmaßnahmen abzuleiten. In einem ersten Schritt wurde die Beleuchtung in einigen Standorten auf LED umgerüstet. Auch eine interne Kommunikationskampagne zur Sensibilisierung der Mitarbeiter für das Thema Klimaschutz wurde durchgeführt. Ein Projekt mit einem Logistik-Dienstleister ist noch in der Entwicklungsphase und soll im nächsten Projektjahr umgesetzt werden.

Netto Marken-Discount hat für den Neubau und Großumbau sowie für die Bestandsfilialen einen Maßnahmenplan entwickelt, der jetzt schrittweise umgesetzt wird. Wenn Filialen neu gebaut oder komplett saniert werden, wird in der Beleuchtung jetzt grundsätzlich energiesparende LED-Technologie eingesetzt. Im Tiefkühlbereich werden inzwischen die natürlichen Kältemittel CO₂ (in den Tiefkühlräumen) und Propan (in den Tiefkühltruhen) verwendet, deren Treibhauspotenzial um ein Vielfaches niedriger liegt als bei herkömmlichen (H)FKW-Kältemitteln. Weiterhin nutzen alle neuen und sanierten Märkte die Abwärme ihrer Kühlmöbel, um den Verkaufsraum zu heizen. Im vergangenen Projektjahr wurden über 200 Filialen nach diesen neuen Standards um- oder neugebaut. Zusätzlich wurden in etwa 100 Bestandsfilialen die Beleuchtung auf LED und die Tiefkühltruhen auf effizientere Modelle mit dem Kältemittel Propan umgerüstet. Für die Logistik und die Verwaltung liegt inzwischen ein Maßnahmenplan vor, der bis Mai 2017 umgesetzt wird. Mit dem Panda-Award hat Netto einen unternehmensinternen Wettbewerb für Umweltschutz-Ideen im Arbeitsalltag durchgeführt. Mit dem Gewinnervorschlag sollen Mitarbeiter für unbewusste Stromverschwendung im Alltag sensibilisiert werden.

Zur Förderung von Klimaschutzaktivitäten in den **Regionen** hat die Zentrale den CSR-Beauftragten aus den Regionen im Rahmen des Arbeitskreises Nachhaltigkeit die Ergebnisse der Energieanalysen aus den Pilotmärkten sowie Kommunikationsmaterial für die Sensibilisierung der Mitarbeiter zur Verfügung gestellt und unterstützt auf Wunsch aktiv. Über die Umsetzung wird auf Ebene der Regionalgesellschaften beziehungsweise Märkte entschieden. Eine Prüfung hat ergeben, dass die selbstständigen Kaufleute über die Regionalgesellschaften zur Förderung von Klimaschutzaktivitäten informiert werden. Die aktive Förderung von Klimaschutzmaßnahmen der Zentrale in den Regionen ist also nur begrenzt möglich. Eine zentrale IT-Lösung wie eine Online-Plattform zum Informationsaustausch ist für die Kaufleute nicht praktikabel. In einem nächsten Schritt sind nun individuelle Lösungen pro Region angedacht.

Insgesamt sind die THG-Emissionen von EDEKA in der Klimabilanz 2013 gegenüber dem Basisjahr 2011 trotz der erreichten Effizienzgewinne angestiegen. Dies liegt vor allem an aktuellen gegenläufigen Trends wie der Ausweitung von Verkaufsflächen und Ladenöffnungszeiten sowie der Installation von Backautomaten. EDEKA strebt durch die Ausweitung von zusätzlichen Klimaschutzaktivitäten an, die THG-Emissionen kontinuierlich auf <2°C-Pfad zu reduzieren.



KLIMASCHUTZ IM SORTIMENT



ZIEL: In Bezug auf das Sortiment strebt EDEKA an, bis 2017 den Treibhausgas-Fußabdruck von mindestens 100 sortiments- und klimarelevanten Produkten im Eigenmarken-Sortiment signifikant zu verringern.²¹ Dazu werden bis 30.06.2015 für die identifizierten Produkte quantitative Reduktionsziele und Maßnahmen mit Zeithorizont innerhalb der Vertragslaufzeit festgelegt und von EDEKA öffentlich kommuniziert. Die Maßnahmen erstrecken sich auf die Bereiche Produktangebot, Produktgestaltung, Lieferantenmanagement und Kundenkommunikation.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | STATUS 30.06.2016 UND FAZIT |
|---|--|
| Reduktion des Treibhausgas-Fußabdrucks im Sortimentsbereich | |
| Oberziel: THG-Fußabdruck von mindestens 100 sortiments- und klimarelevanten Produkten ist signifikant verringert | ➔ Eine Liste mit 100 Produkten wurde identifiziert, eine Prüfmethode zur Verifikation wird noch erarbeitet |
| Umsetzung der Maßnahmen im | |
| Produktangebot | ➔ Einführung neuer veganer Bio-Produkte |
| Produktgestaltung | ➔ In einigen Produkten wurden Zutaten durch klimafreundlichere Varianten ersetzt |
| Lieferantenmanagement | ➔ Risiken des Klimawandels für Bananenfarmen wurden identifiziert und entsprechende Anpassungs- und erste THG-Minderungsmaßnahmen erarbeitet |
| Kundenkommunikation | ➔ Information zum Klimanutzen von regionaler Bio-Saisonware in der Kundenbroschüre zur Sammelaktion 2016 |



STATUS: Mit Hilfe von bereits in der Literatur vorliegenden Klimafußabdruckstudien (Product Carbon Footprints – PCF) und neu für EDEKA erstellten PCFs wurde das EDEKA-Eigenmarken-Sortiment einer **vereinfachten Hot-spotanalyse** unterzogen. Dadurch konnten diejenigen Sortimentsbereiche mit besonders hoher Klimarelevanz, die also besonders viele Treibhausgasemissionen (THG) verursachen, und diejenigen Handlungsfelder entlang des jeweiligen Produktlebenswegs, in denen ein besonders hohes THG-Reduktionspotenzial steckt, identifiziert werden.

Daraus abgeleitet wurde ein **Klimaschutzprogramm (siehe Abbildung 1)** mit konkreten Maßnahmen und dem Ziel, bis 2017 den Treibhausgas-Fußabdruck von mindestens 100 sortiments- und klimarelevanten Produkten im Eigenmarkensortiment signifikant zu verringern.

Im Bereich **Produktangebot** wurden neue vegane Bio-Produkte mit ins Sortiment aufgenommen. Bio-Lebensmittel sind in der Regel klimafreundlicher als Lebensmittel aus dem konventionellen Anbau, da hier deutlich weniger energieintensiv-produzierte Düngemittel und Pestizide zum Einsatz kommen. Vegane Alternativen zu Produkten tierischer Herkunft sind auch klimafreundlicher, z.B. da hier keine Waldabholzung für Futtermittel stattfindet.

Im Bereich **Produktgestaltung** wurde in Tragetaschen der Recyclinganteil deutlich erhöht, was Material spart. Bei Eiern aus dem regionalen Eigenmarkensortiment „mein Bayern“ und bei Teilmengen eines Lieferanten für Tiefkühl-Hähnchen wurde das Eiweiß-Futtermittel auf europäisches Donausoja umgestellt. Brasilianischer Rohrzucker in zwei Lassi-Getränken wurde durch europäischen Rübenzucker ersetzt. In beiden Fällen werden Ressourcen geschont – etwa durch Vermeidung von Regenwaldabholzung und deutlich kürzere Transportwege.

²¹Die Klimarelevanz von Produkten wird in Abbildung 1 dargestellt.

EDEKA – Klimaschutzprogramm am Sortiment 2016/2017

| Klima-relevanz | Thema | betroffene Rohwaren/Produkte | Klimaschutzmaßnahmen |
|------------------------------|---|--|--|
| hoch | Landnutzungswandel | Fleisch- und Wurstprodukte | Umstellung auf heimische Futtermittel sowie Förderung veganer Produkte |
| | | Milchprodukte | |
| | | Eier/-produkte | |
| | | Kaffee, Tee, Kakao | Projekte |
| | | Tropenfrüchte | |
| | | Palmöl | |
| | | sub-/tropische Aquakultur | |
| | | Reis | |
| | | Vanille / Sesam | |
| | | Kokos, Macadamia, Cashew | |
| Viehhaltung | Fleisch- und Wurstprodukte | Förderung veganer Produkte | |
| | Milchprodukte | | |
| Eier/-produkte | | | |
| Nassreisanaubau | Reis | Projekt | |
| Kühlagerung | gekühlte Rohwaren/Produkte | Effiziente Kühlmöbel im Markt | |
| Endverbraucher-Kommunikation | alle Produkte v.a. Fleisch und auch Nonfood | Förderung klimafreundlicher Alternativen und Informationen | |
| Dünger und Pestizide | Rohwaren, Futtermittel | Förderung von Bio-Produkten | |
| Flugtransporte | Obst, Fleisch, Fisch, Gemüse | Materialumstellung bei Verpackungen / Tragetaschen | |
| Verpackung | Einzelfallbetrachtung nötig | | |
| gering | Verarbeitung | Energieintensive Prozesse | Projekt mit Logistikdienstleister |
| | Transporte | Einzelfallbetrachtung nötig | |

Abbildung 1

Im Bereich **Lieferantenmanagement** wurden im Rahmen des Projekts zum nachhaltigeren Bananananbau Klimawandelfolgen-Risiken und der von ihnen verursachte Klimafußabdruck betroffener Bananenfarmen analysiert. Auf Basis dieser Analysen wurden für jede Farm ein Anpassungsplan und ein Klimaschutzplan mit ersten THG-Minderungsmaßnahmen erarbeitet.

Im Bereich **Kundenkommunikation** gab es Hinweise auf Klimarelevanz und -schutz im Rahmen von Produktinformationen auf der Website oder in der Endverbraucherbroschüre „Nachhaltig schmeckt“ mit einem Informationstext zum Klimanutzen von regionaler Bio-Saisonware.

Es wurden 100 Produkte identifiziert, die für das Ziel der Förderung klimafreundlicherer Produkte grundsätzlich geeignet sind. Die Erarbeitung einer geeigneten Prüfmethode und eine damit einhergehende Verifikation stehen noch aus. EDEKA arbeitet weiterhin parallel an der Umsetzung des Klimaschutzprogramms.

... mehr zum Thema Klima unter:
www.edeka.de/wwf/klima
www.wwf.de/edeka-klima

SÜSSWASSER



ZIEL: Bei gemeinsam ausgewählten Produkten oder Produktgruppen werden Wasserrisiken ermittelt und reduziert. Die Definition der Reduktionsziele erfolgt gemeinsam. Auf Flussgebietsebene (lokale Ebene) werden die Projekte Kartoffel (Ägypten) und Banane (Kolumbien und Ecuador) zur Reduktion von Wasserrisiken weitergeführt. Bis 2017 wird ein neues Wasserprojekt unter Berücksichtigung des AWS (Alliance for Water Stewardship)-Standards umgesetzt. Ein Leitfaden „Water Stewardship im LEH“ wird erarbeitet. Der existierende Water Risk Filter wird bis 2016 aktualisiert, anschließend werden die Wasserrisiken prioritärer Produkte bis 2017 erneut geprüft.

Für die Farmebene werden bis 2016 ein Wasserkriterienkatalog und ein Konzept zur Minderung von Wasserrisiken entwickelt. Bis Mitte 2017 erfolgt die pilothafte Umsetzung von Risikoreduktionsmaßnahmen bei maximal zehn ausgewählten Produkten oder Produktgruppen.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | STATUS 30.06.2016 UND FAZIT | |
|--|-----------------------------|--|
| Reduktion von Wasserrisiken auf Flussgebietsebene und Farmebene | | |
| Ermittlung von Wasserrisiken | ✓ | Wasserrisiken für einen Großteil aller weltweit für EDEKA hergestellten Produkte ermittelt |
| Reduktion von Wasserrisiken in Projekten | | |
| Kartoffelprojekt in Ägypten | ✘ | Projekt liegt hinter Zeitplan zurück |
| Projekt Banane: Water Stewardship in Kolumbien/Ecuador | ↗ | Water Stewardship Plattform etabliert sich zunehmend |
| Wassermanagement und Water Stewardship im Projekt Zitrus in Spanien | ➔ | Ein Vorgehen für Water Stewardship ist erarbeitet |
| Internes Wassermanagementsystem | | |
| AWS Implementierung in Pilotclustern | ➔ | Pilotlieferanten werden identifiziert |
| Entwicklung EDEKA Wasserrisiko-Tool | ↗ | Erster Prototyp umgesetzt |
| Erarbeitung eines Leitfadens „Water Stewardship im LEH“ | ➔ | Basierend auf Ergebnissen des Wassermanagementsystems zu erstellen |
| Aktualisierung des Water Risk Filters | ↗ | Lokale Daten für Großbritannien und Südafrika sind umgesetzt |



STATUS: In der ersten Phase der Partnerschaft konnte der Großteil aller weltweit für EDEKA hergestellten Produkte auf ihr regionales Wasserrisiko analysiert werden. Für die Auswahl von Produkten und Anbaustandorten, in denen Wasserrisiken reduziert werden sollen, sind vor allem die Einkaufsrelevanz für EDEKA und die Höhe des lokalen Wasserrisikos ausschlaggebend. Erste Projekte zur Reduktion von Wasserrisiken unter Berücksichtigung der Situation sowohl auf Farmebene als auch auf Flussgebietsebene wurden entwickelt und durchgeführt. Neben dem Kartoffelprojekt in Ägypten und dem Projekt Banane in Kolumbien/Ecuador ist ein von EDEKA eigens konzipiertes Projekt im konventionellen Zitrusfrüchteanbau in Spanien hinzugekommen.

Neben den in Umsetzung befindlichen Projekten wurde ein Konzept erarbeitet, um flächendeckend und systematisch eine Reduktion der Wasserrisiken in der Lieferkette von EDEKA zu erreichen. Ziel ist es, die Analyse lokaler Wasserrisiken von Produkten zu standardisieren und diesen Wasserrisiken mit adäquaten Zertifizierungssystemen zu begegnen. Dieses für den Lebensmitteleinzelhandel neuartige interne Wassermanagementsystem beinhaltet ein web-basiertes Wasserrisiko-Tool und den Einsatz des AWS-Standards in Regionen mit hohem Wasserrisiko.

Internes Wassermanagement bei EDEKA

Unterstützt durch WWF als strategischem Partner für Nachhaltigkeit haben EDEKA und Netto Marken-Discount ein systematisches und nachhaltigeres Wassermanagement in der eigenen Lieferkette gestartet. Herzstück ist ein gemeinsam von EDEKA und WWF entwickeltes Web-Tool (EDEKA Wasserrisiko-Tool), mit dem Lebensmittelhersteller weltweit zukünftig in wenigen Schritten Wasserrisiken in der Rohstoffherzeugung bestimmen und Nachweise über ihren verantwortungsvollen Umgang erbringen können. Bei besonders hohen Wasserrisiken nutzt der EDEKA-Verband als erster deutscher Lebensmittelhändler den neuen Standard der Alliance for Water Stewardship (AWS).

In der bis 2018 dauernden Pilotphase kommt das Tool zunächst im Bereich Obst und Gemüse zum Einsatz, danach wird es schrittweise auf weitere Eigenmarkenbereiche ausgeweitet. Ferner wird die Anwendung des AWS-Standards zunächst mit ausgewählten Obst- und Gemüse-Erzeugern weltweit getestet, z.B. für Bananen und Zitrusfrüchte. Dies beinhaltet den Austausch mit den wichtigsten Akteuren in den lokalen Flussgebieten und gezielte Lieferantentrainings. Am Ende steht die AWS-Zertifizierung der Pilotlieferanten. Bei moderaten oder niedrigen Wasserrisiken greifen weiterhin etablierte Zertifizierungssysteme wie Global GAP oder Rainforest Alliance/Sustainable Agriculture Network.



... mehr zum Thema Wasser unter:

www.edeka.de/wwf/wasser

www.wwf.de/edeka-wasser

Projekt im konventionellen Zitrusfrüchteanbau in Spanien

2015 haben EDEKA und WWF ein weiteres Projekt ins Leben gerufen:

Auf der Finca Iberesparragal in Andalusien, gelegen im Wassereinzugsgebiet des Flusses Guadalquivir, wird beispielhaft erprobt, wie der konventionelle Anbau von Zitrusfrüchten schrittweise umweltverträglicher gestaltet werden kann. Die Region Andalusien besitzt artenreiche Ökosysteme, ist ein wichtiges Durchzugsgebiet für Zugvögel und eines der letzten Rückzugsgebiete von bedrohten europäischen Tierarten. Gleichzeitig ist Andalusien ein Zentrum des Obst- und Gemüseanbaus mit einer großen Zahl an landwirtschaftlich genutzten Flächen. Verbunden ist dies in der Regel mit einem Anbau in Monokulturen, der mit einem hohen Einsatz an Pflanzenschutzmitteln einhergeht, sowie einer Übernutzung der lokalen Wasserressourcen. Das Projekt konzentriert sich daher auf die Themenfelder Verbesserung der Wassernutzung, Erhalt und Förderung der biologischen Vielfalt sowie Optimierung des Einsatzes von Pflanzenschutzmitteln.

Die Mandarinen und Orangen aus dem Projekt sind seit Dezember 2016 in Märkten der EDEKA-Regionalgesellschaft Minden-Hannover erhältlich. Sie tragen den WWF-Projekt-Panda und einen Hinweis auf das Projekt: So wird deutlich, dass sich Orangen und Mandarinen im Verbesserungsprozess befinden.



VERPACKUNGEN



ZIEL: Auf der Grundlage eines gemeinschaftlich entwickelten, mit Stakeholdern abgestimmten und anhand einer Auswahl von Verpackungen erprobten Bewertungssystems werden Ziele für die Verpackungsoptimierung definiert. Alle Verpackungen neuer Eigenmarken-Produkte werden ab diesem Zeitpunkt mit dem genannten System bewertet.



DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | STATUS 30.06.2016 UND FAZIT | |
|--|-----------------------------|---|
| Umstellung der Eigenmarken-Produktverpackungen auf nachhaltigere Alternativen | | |
| Erstellung des Bewertungssystems | ✓ | Das System ist fertiggestellt und in tabellarischer Form aufbereitet |
| Erprobung des Bewertungssystems | ↻ | Für einzelne Verpackungen sind Bewertungen erstellt bzw. befinden sich in Bearbeitung |
| Zielvereinbarung für Themenbereich Verpackungen | ➔ | Erste Ziele und ein Zeitplan sind erstellt |
| Überprüfung neuer Verpackungen anhand des Systems | ➔ | Erfolgt im Anschluss an erfolgreiche Überprüfung der ersten Verpackungen |



STATUS: In Zusammenarbeit mit EDEKA sowie anderen Experten aus dem Umweltbereich, aus der Recyclingwirtschaft, der Verpackungstechnik sowie der Verpackungswirtschaft, die das System begutachtet und kommentiert haben, wurde ein Bewertungssystem für Verpackungen erstellt. Es ermöglicht systematisch eine ökologische Einstufung von Produktverpackungen und zeigt Optimierungsmöglichkeiten auf. Das Bewertungssystem ist Grundlage für die Erarbeitung von Zielen und Maßnahmen zur systematischen Umstellung der Eigenmarken-Produkte von EDEKA.

Geplant ist die Überführung des Systems in ein IT-Tool, welches die für die jeweilige Produktverpackung relevanten Informationen übergreifend bereitstellt und im gesamten Verbund genutzt werden kann. Für einzelne Verpackungen wurden bereits Bewertungen erstellt beziehungsweise sie befinden sich in der Bearbeitung. Auf der Basis des Bewertungssystems wurden sowohl Ziele als auch ein Zeitplan für eine Umstellung formuliert. Zur Umsetzung einzelner Ziele werden derzeit Pilotprojekte vorbereitet.

... mehr zum Thema Verpackungen unter:
www.edeka.de/wwf/verpackungen
www.wwf.de/edeka-verpackungen

Bewertungssystem Verpackungen für EDEKA

Das Bewertungssystem für Verpackungen ermöglicht auf systematischer Basis die ökologische Einstufung von Produktverpackungen und zeigt Optimierungsmöglichkeiten auf. Einbezogen wird hierbei, was derzeit technisch machbar ist und was aktuell an Verpackungslösungen am Markt vorhanden ist. Innovationen auf dem Verpackungsmarkt werden laufend beobachtet.

Zu den Kriterien der Verpackungsbewertung gehören zum Beispiel:

- **effiziente Gestaltung der Verpackung**
(etwa: Wie wenig Material und damit Ressourcen werden für die Verpackung aufgewendet, ohne dass der Schutz des Lebensmittels darunter leidet?)
- **Recyclingfähigkeit**
(etwa: Wie gut lassen sich die Verpackungen unter den realen Bedingungen der bestehenden Abfallwirtschaftssysteme verwerten?)
- **Anteil von Recyclingmaterialien**
(etwa: Wie hoch ist der Anteil von Recyclingmaterial bei einer PET-Flasche?)
- **Bewertung von nachwachsenden Rohstoffen**
(etwa: Wenn aus Gründen der Lebensmittelsicherheit Frischfaser eingesetzt werden muss, stammt sie aus zertifiziert nachhaltiger Waldwirtschaft?)
- **Daten aus vorhandenen oder ggf. neu erstellten Ökobilanzen**
(etwa: Welche Umweltauswirkungen haben die Transportwege bei Herstellung und Gebrauch der Verpackung?)

Das Bewertungssystem berücksichtigt verschiedene Umwelt-Parameter. Das verhindert, dass eine Verpackungslösung unter einer einseitigen Betrachtungsweise gewählt wird, die auf den ersten Blick ökologisch sinnvoll scheint, aber im Endeffekt nicht die umweltschonendste Möglichkeit ist oder ökologische Probleme schlicht verlagert.



Beispiel: Plastik- oder Papiertüte?

Die Antwort ist Mehrweg statt Einweg. Denn entscheidend für die Ökobilanz einer Tasche ist die Art der Nutzung: Je häufiger eine Tüte verwendet wird, desto besser.

In der Ökobilanz schneiden Plastik- und Papiertaschen in der Herstellung laut WWF gleich schlecht ab. Reduziert werden muss also die absolute Zahl verwendeter Einwegbeutel. Optimale Alternative ist der Mehrwegbeutel aus recyceltem Plastik.

Risikoanalysen



ZIEL: Pro Jahr erstellt WWF für maximal zehn Agrarrohstoffe und maximal zehn Länder Beschaffungsrisikoanalysen.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL

STATUS 30.06.2016 UND FAZIT

Erstellung von Risikoanalysen



Alle angefragten Risikoanalysen wurden erstellt



STATUS: Beschaffungsrisikoanalysen ermitteln auf Länderebene die sozialen, ökologischen und ökonomischen Risiken für die Erzeugung eines Agrarrohstoffs. Alle bis 30.06.2016 angefragten Analysen sind erstellt und stehen EDEKA zur Verfügung.

Die Analysen unterstützen EDEKA, soziale und ökologische Risiken bei der Produktion von Agrarrohstoffen einzuschätzen und diese sukzessive und konsequent zu mindern. Dazu gehört beispielsweise die Entwicklung und Umsetzung von Projekten.

Erfolge und Herausforderungen im Bananenprojekt

Dieses seit 2014 laufende Projekt, in dem der WWF und EDEKA den konventionellen Banananbau umwelt- und sozialverträglicher gestalten wollen, geht in die Verlängerung zunächst bis Mai 2017.

Die Eingangsvoraussetzungen für alle teilnehmenden Farmen in Kolumbien und Ecuador sind eine bereits bestehende Zertifizierung durch Rainforest Alliance, kein Landnutzungswandel in den zehn Jahren vor Projektbeginn (2004–2014) und der Verzicht auf Pflanzenschutzmittel, die gemäß der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zu den höchsten Gefährdungsklassen (1a & 1b) zählen und somit extrem gefährlich und hochgefährlich sind.

Darauf aufbauend setzen alle Farmen Verbesserungsmaßnahmen in folgenden Bereichen um:

- Ökosysteme/Biodiversität
- Wassermanagement
- Integrierter Pflanzenschutz
- Bodenmanagement
- Klimaschutz
- Abfallmanagement
- Soziales



Monitoring auf einer der Projektfarmen in Kolumbien – das gesamte Team ist beteiligt. Auf dem Bild erkennbar: die ersten Meter der frisch angepflanzten Pufferzone zwischen Plantage und nahem Fluss.



Um die Umsetzung der Maßnahmen korrekt und umfassend bewerten zu können, wurden zwei Monitoring-Zyklen, also zwei Jahre, komplett durchlaufen. Folgende Erfüllungsgrade bezüglich der Projektmaßnahmen liegen vor:

- **76,99 % Biodiversität/Ökosysteme**
- **79,97 % Wassermanagement**
- **75,84 % Integrierter Pflanzenbau und Bodenmanagement**
- **79,02 % Klimawandel**
- **59,87 % Abfallmanagement**
- **78,15 % Soziales**

Zwei Themen haben sich im Projektverlauf als besonders herausfordernd herausgestellt: Einerseits besteht aufgrund der besonderen Kombination von Standort und Kultur für die Reduktion von Pflanzenschutzmitteln kaum Spielraum, insbesondere nicht für agrarökologische Maßnahmen. Ein möglicher Pilzbefall mit dem Haupterreger, Black Sigatoka, hängt im Wesentlichen von den Faktoren Niederschlag und Temperatur ab, also zwei Faktoren, auf die durch Anbaumethoden direkt kein Einfluss genommen werden kann. Darüber hinaus gibt es auch keine Nützlinge, die gegen den Pilz eingesetzt werden könnten. Zum anderen ist Dünger der Haupttreiber bei der Emission von Treibhausgasen. Die Produzenten stehen einer Reduktion des Düngereinsatzes bislang jedoch sehr verhalten gegenüber. Beide Faktoren setzen Grenzen im Hinblick auf das Erreichen von definierten Teilzielen.

Erfolge und Verbesserungen sind hingegen in anderen Bereichen erkennbar. Die Farmen haben beispielsweise bis auf wenige Ausnahmefälle Pufferzonen von zehn bis 15 Metern Breite zwischen Anbaufläche und angrenzenden Ökosystemen eingerichtet. Für jede Farm wurde außerdem ein Plan zu Aufforstung, Biotopvernetzung und den Schutz bedrohter Arten erarbeitet.

Die Dokumentation des Wasser- und Pflanzenschutzmitteleinsatzes wurde wesentlich verbessert. Das ist eine wichtige Voraussetzung, um die Einhaltung von Grenzwerten zu kontrollieren und Reduktionsziele zu erreichen. Überdies wurde für jede Farm eine erste Version eines Planes zur Minderung von Treibhausgasemissionen sowie zur Anpassung an den Klimawandel erarbeitet, die in der Zukunft weiterentwickelt und umgesetzt werden müssen.

Weitere Maßnahmen im Rahmen des Projektes sind die Verbesserung der Infrastruktur an zahlreichen Stellen durch den Bau von sanitären Einrichtungen, Lagerräumen für Agrarchemikalien oder Sammelstellen für Abfälle sowie die Schulung und Ausstattung von Mitarbeitern, insbesondere für mehr Arbeitssicherheit.

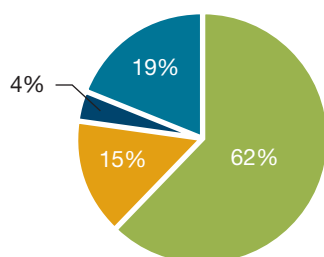
CO-BRANDING



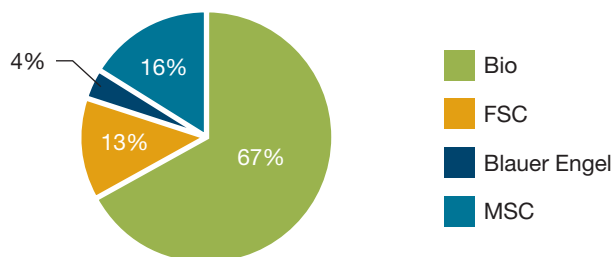
VERTRAGSVEREINBARUNG: Laut Vereinbarung zwischen EDEKA und WWF können Eigenmarkenprodukte, die anerkannte Standards (EU-Biosiegel, Bioland, Naturland oder vergleichbare Bioverbände, MSC, FSC® oder Blauer Engel) erfüllen und entsprechend durch unabhängige Prüforganisationen zertifiziert sind, zusätzlich den WWF-Panda auf der Verpackung tragen (Co-Branding). Bei Bioprodukten prüft der WWF zusätzlich die regionale Wasser- und länderspezifische Sozialsituation, da diese Aspekte innerhalb der EU-Bio-Zertifizierung nicht ausreichend abgedeckt sind.

Der WWF-Panda selbst ist kein Nachhaltigkeitsiegel, sondern soll den Kunden als Orientierungshilfe dienen, um Produkte aus nachhaltigerer Produktion leichter zu erkennen.

Co-Branding im Eigenmarken-Sortiment 2015/16



Co-Branding auf Eigenmarken gesamt seit 2010



| | Gesamt | Bio | FSC | Blauer Engel | MSC |
|--|--------|-----|-----|--------------|-----|
| Co-Branding EDEKA seit 2010 | 330 | 222 | 43 | 13 | 52 |
| Prozent | 100% | 67% | 13% | 4% | 16% |
| Co-Branding aktuelles EDEKA-Eigenmarken-Sortiment | 248 | 153 | 38 | 11 | 46 |
| Prozent | 100% | 62% | 15% | 4% | 19% |

Tabelle 7: Co-Branding-Zahlen seit 2012 und 2016 im EDEKA-Eigenmarken-Sortiment



STATUS: Bis zum Stichtag 30.06.2016 wurden insgesamt 330 EDEKA-Produkte mit dem WWF-Panda ausgestattet. Davon sind 222 Bio-, 52 MSC-, 43 FSC®- und 13 Blauer Engel-zertifiziert. Nicht mehr in die Berechnung einbezogen wurde die Zahl der co-gebrandeten Fisch-Produkte von Netto Marken-Discount: Sie waren aufgrund der seit 2009 bereits bestehenden Zusammenarbeit von Netto und WWF im Themenfeld Fisch und Meeresfrüchte bislang in die Gesamtzahl eingeflossen. Aufgrund der Ausweitung der Ziele der strategischen Partnerschaft für Nachhaltigkeit auf Netto werden sie separat für Netto Marken-Discount ausgewiesen.

Die Prüfung des Eigenmarkenkataloges hat ergeben, dass im Jahr 2015/16 248 Produkte (Frischobst & -gemüse nicht eingerechnet, da sie nicht im EDEKA-Eigenmarken-Katalog verzeichnet sind) im Eigenmarken-Sortiment von EDEKA mit dem WWF-Panda ausgestattet waren. Der überwiegende Teil davon sind Bio-Produkte mit einem Anteil von 62%, gefolgt von 46 MSC-zertifizierten Produkten, welche 19% der Produkte mit Co-Branding ausmachen. 11 Produkte mit einem Anteil von 4% trugen das Blauer Engel-Label und 38 Produkte und damit 15% des co-gebrandeten Sortiments waren zum Stichtag 30.06.2016 FSC®-zertifiziert.

STANDARDS UND BEGLEITENDE KOMMUNIKATION

Neben dem Co-Branding in Verbindung mit anerkannten Umweltstandards gibt es Texthinweise im Zusammenhang mit weiteren Standards. Dabei wird kein Logo verwendet, es wird aber ein Hinweis zum Standard mit WWF-Empfehlung auf dem Produkt abgebildet.

Im Themenfeld Palmöl gibt es drei Produkte, die bislang einen solchen Hinweis tragen: Die darin enthaltenen Palmölbestandteile sind nach RSPO Segregated entlang der gesamten Lieferkette zertifiziert.

Darüber hinaus tragen 15 FSC Mix-Tissue-Produkte einen Texthinweis mit WWF-Panda und einem Verbraucherhinweis.



PROJEKTE UND BRANDING

Im Rahmen der Partnerschaft initiierte Projekte – Modellprojekte und Eigenprojekte – von EDEKA und WWF können ebenfalls den WWF-Panda in Verbindung mit einem entsprechenden Claim tragen.

Beim Projekt Banane zeigt der WWF-Panda an, dass diese Bananen auf dem Weg sind, ein gutes Beispiel für den umwelt- und sozialverträglicheren Anbau im konventionellen Bereich zu werden. Der Claim macht deutlich, dass sich die Bananenproduktion im Verbesserungsprozess befindet.

Der Claim für das Zitrusprojekt lautet: „EDEKA und WWF Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange.“



LANDWIRTSCHAFT FÜR ARTENVIELFALT

Produkte aus dem Projekt „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ tragen neben dem EU-Biosiegel und dem Logo von Biopark das grüne „Landwirtschaft für Artenvielfalt“-Logo. Über einen QR-Code können Informationen zum Projekt direkt abgerufen werden. Darüber hinaus sorgt der WWF-Panda für Orientierung.



Bestätigungsvermerk

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit von Nachhaltigkeitsinformationen

AN DIE WWF DEUTSCHLAND STIFTUNG BÜRGERLICHEN RECHTS, BERLIN

Wir haben die quantitativen Angaben zum Thema Fisch und Meeresfrüchte in den Tabellen und Grafiken auf Seite 6, zum Thema Holz/Papier/Tissue auf Seite 9 sowie zu den Themen Palmöl auf Seite 12, Soja auf Seite 14 und Co-Branding auf Seite 27 (im Folgenden: „ausgewählte quantitative Angaben“) in dem von der WWF Deutschland Stiftung bürgerlichen Rechts, Berlin, (im Folgenden die „Stiftung“) erstellten Fortschrittsbericht über die Kooperation zwischen der Stiftung und der EDEKA Zentrale AG & Co. KG, Hamburg, für das Projektjahr 2015/2016 (im Folgenden: „Fortschrittsbericht“) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETERER

Der Vorstand der Stiftung ist verantwortlich für die Aufstellung des Fortschrittsberichts in Übereinstimmung mit den in den G4 Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichtserstattung der Global Reporting Initiative genannten Kriterien Vollständigkeit, Ausgewogenheit, Genauigkeit, Aktualität, Vergleichbarkeit und Zuverlässigkeit (im Folgenden: „ausgewählte GRI-Kriterien“) sowie für die Auswahl der zu beurteilenden Angaben.

Diese Verantwortung des Vorstandes der Stiftung umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner ist der Vorstand der Stiftung verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Fortschrittsberichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

UNABHÄNGIGKEIT UND QUALITÄTSSICHERUNG DER WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen Entwurfs eines IDW Qualitätssicherungsstandards 1 „Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis“ (IDW EQS 1) – an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

VERANTWORTUNG DES WIRTSCHAFTSPRÜFERS

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Tätigkeiten eine Beurteilung der ausgewählten quantitativen Angaben im Fortschrittsbericht abzugeben.

Nicht Gegenstand unseres Auftrages ist die Beurteilung von externen Dokumentationsquellen oder Expertenmeinungen, auf die im Fortschrittsbericht verwiesen wird.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass bei kritischer Würdigung mit einer begrenzten Sicherheit ausgeschlossen

werden kann, dass die ausgewählte quantitativen Angaben in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den GRI-Kriterien aufgestellt worden sind. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Sicherheit gewonnen wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Dies beinhaltet die Beurteilung von Risiken wesentlicher falscher Angaben im Fortschrittsbericht unter Zugrundelegung der GRI-Kriterien.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem folgende Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragung von Mitarbeitern, die in die Aufstellung des Fortschrittsberichts einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem;
- Befragung von Mitarbeitern der Fachabteilungen, die einzelne Kapitel des Fortschrittsberichts verantworten;
- Aufnahme der Verfahren und Einsichtnahme in die Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung;
- Analyse, Plausibilisierung und Aggregation der Nachhaltigkeitsdaten sowie deren stichprobenartige Überprüfung;
- Durchführung von Vor-Ort-Besuchen im Rahmen der Untersuchung der Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation ausgewählter Angaben bei:
 - EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG, Hamburg,
 - Zentrale der WWF Deutschland Stiftung bürgerlichen Rechts, Berlin;
- Analytische Beurteilung der Angaben innerhalb des Fortschrittsberichts;
- Erlangung von weiteren Nachweisen für ausgewählte Angaben des Fortschrittsberichts durch Einsichtnahme in interne Dokumente und Verträge.

URTEIL

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungssicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die ausgewählten quantitativen Angaben im Fortschrittsbericht der Stiftung für das Projektjahr 2015/16 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den ausgewählten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

VERWENDUNGSZWECK DES VERMERKS

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der Stiftung geschlossenen Auftrags. Die Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit wurde für Zwecke der Stiftung durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Stiftung über das Ergebnis der Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit bestimmt. Der Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Stiftung gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

Berlin, den 05.05.2017

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Michael Conrad
Wirtschaftsprüfer

ppa. Susanne Klages