



NETTO MARKEN-
DISCOUNT UND
WWF SIND
PARTNER FÜR
NACHHALTIGKEIT

Netto
Marken-Discount

FORTSCHRITTSBERICHT 2018

NETTO MARKEN-DISCOUNT UND WWF

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

Siehe Seite 10

- 1.1. Einleitung
- 1.2. Die Ermittlung des Fortschritts
- 1.3. Externe Prüfung des Fortschritts
- 1.4. Die Fortschritte im Überblick
- 1.5. Systematik der Bewertung



2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

Siehe Seite 15

- 2.1. Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2. Holz / Papier / Tissue
- 2.3. Palmöl
- 2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5. Klima
- 2.6. Süßwasser



3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

- 4.1. Status Co-Branding
- 4.2. Projekt-Branding
- 4.3. Co-Claiming und Verbraucherhinweise

5. Bestätigungsvermerk

INHALT

Siehe Seite 19



Siehe Seite 35

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange
4. Produktbezogene Kommunikation
5. Bestätigungsvermerk

1. DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

1.1 EINLEITUNG

Seit 2015 unterstützt Netto Marken-Discount die Ziele der seit 2012 bestehenden strategischen Partnerschaft für Nachhaltigkeit zwischen der EDEKA-Zentrale und der

Umweltschutzorganisation WWF. Was 2009 mit Fisch begann, hat sich bis heute zu einer erfolgreichen umfangreichen Zusammenarbeit entwickelt, die auf vielen Feldern Umweltschutz in Regale und Lieferketten bringt: Von Artenvielfalt bis Zitrusfrüchte, von Abfallvermeidung bis zertifizierter Zucchini

reicht das gemeinsame grüne Handeln. Immer im Fokus: die Eigenmarken. In der strategischen Partnerschaft arbeiten wir täglich daran, die 2.500 Netto-Eigenmarkenprodukte zu verbessern, indem wir ihre Herstellung nachhaltiger machen. Unsere Arbeitsweise ist geprägt durch ein gemein-

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

1.1. Einleitung

- 1.2. Die Ermittlung des Fortschritts
- 1.3. Externe Prüfung des Fortschritts
- 1.4. Die Fortschritte im Überblick
- 1.5. Systematik der Bewertung

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

ANSPRECHPARTNER

FB Ökologischer Fußabdruck
WWF Deutschland
Reinhardtstr. 18
10117 Berlin

KONTAKT NETTO

Netto Marken-Discount
AG & Co. KG
Industriepark Ponholz 1
93142 Maxhütte-Haidhof

sames Ringen um die besten Lösungen. Dabei zahlt jedes der inzwischen acht Themenfelder auf die Naturschutzziele des WWF ein. Mit Hilfe von Netto Marken-Discount als Tochterunternehmen des EDEKA-Verbundes und dem WWF-Netzwerk können die Partner Veränderungen vorantreiben, die im deutschen Markt wie auch in ausländischen Märkten deutlich nachwirken.

Je nach Thema ist die Arbeit an den Eigenmarken unterschiedlich gelagert. So bestehen bei Fisch, Papier und Palmöl nachhaltige Zertifizierungssysteme und Standards, die für die Verbesserung der Eigenmarken eingesetzt werden können. Bei anderen Themen hingegen betreten wir Neuland und müssen zuerst den Weg bereiten, damit unsere Naturschutzziele sich mit tragbaren Lösungen für den Lebensmitteleinzelhandel vereinen lassen. Gemeinsam haben wir hier in den letzten Jahren viel investiert, um beispielsweise im Bereich Süßwasser Ansätze zu entwickeln, die nicht nur für den Verbund, sondern auch für andere Marktakteure nutzbar sind. Neue Wege gehen beide Partner auch in gemeinsamen Anbauprojekten. Sie zielen darauf ab, in direkter Zusammenarbeit mit Erzeugern Landwirtschaft naturnäher zu gestalten – beispielsweise im Zitrusfrüchte-Anbau in Andalusien.

Mit 21 Millionen Netto-Kunden wöchentlich haben sogar kleine Schritte eine enorm große Wirkung. Daher wollen Netto und WWF sie mit einer gezielten Kundenansprache und Nachhaltigkeitsinformationen auf dem Produkt für einen nachhaltigeren Konsum motivieren. Von Print über Online bis zu TV ist das Thema der Partnerschaft bei Netto und WWF präsent.

Verbindliche Ziele sind ein wesentlicher Bestandteil der Partnerschaft. In jedem der acht Themenfelder sind konkrete, quantitative sowie qualitative Ziele vereinbart worden. Sie stellen die Basis der Zusammenarbeit dar. Der Fortschritt bei der Umsetzung wird jährlich vom WWF in einem Monitoring überprüft. Die Ergebnisse sind in diesem Fortschrittsbericht

neutral und sachlich zusammengefasst. Das datenbasierte Monitoring ausgewählter quantitativer Angaben und die Darstellung dieser im Fortschrittsbericht werden von einem unabhängigen Wirtschaftsprüfer begleitet und geprüft.

Die Bedeutung der Arbeit am Eigenmarkensortiment, das jährliche Monitoring und die transparente Berichterstattung der Ergebnisse sind 2017 in einem Forschungsprojekt wissenschaftlich untersucht und bestätigt worden. Die Autorin schreibt in der vom Umweltbundesamt beauftragten Studie, die vom Unabhängigen Institut für Umweltfragen (UfU), dem Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und UPJ umgesetzt wurde:¹

„Es gibt kaum Kooperationen, die direkt auf die Geschäftstätigkeit einwirken. Nur wenige NGOs können und wollen den Wandel innerhalb von Unternehmen so eng begleiten. Der WWF bringt die notwendigen Ressourcen, Fähigkeiten und inhaltliche Vielfalt mit. Die Partnerschaft zwischen WWF und EDEKA wirkt insofern transformativ, dass sie Impulse setzt, die über die konkrete Zusammenarbeit hinausgehen.“

Franziska Sperfeld, Unabhängiges Institut für Umweltfragen (UfU)

¹ Vgl. Innovative NRO-Unternehmens-Kooperationen für nachhaltiges Wirtschaften. Abschlussbericht, S. 19 ff.: https://www.ufu.de/wp-content/uploads/2018/03/2018-02-20_texte_14-2018_nro-kooperationen.pdf

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

1.1. Einleitung

1.2. Die Ermittlung des Fortschritts

1.3. Externe Prüfung des Fortschritts

1.4. Die Fortschritte im Überblick

1.5. Systematik der Bewertung

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

1.2 DIE ERMITTLUNG DES FORTSCHRITTS

Basis der Zusammenarbeit zwischen Netto Marken-Discount und dem WWF sind verbindlich vereinbarte Ziele. Der WWF erfasst und dokumentiert die Ergebnisse der gemeinsamen Arbeit jährlich zum 30.06. in einem Monitoring anhand der Netto Sortimentsliste. Die Ergebnisse des vorliegenden Berichts stellen die Fortschritte im Zeitraum 01.07.2017 bis 30.06.2018 dar. Das Monitoring umfasst zwei wesentliche Perspektiven: die Erhebung des Fortschritts einerseits durch den Vergleich der Daten mit den Vorjahresergebnissen und andererseits mit der Ausgangssituation („Baseline“).

Bei quantitativen Zielen wird der Fortschritt durch die Erhebung der Umstellung der relevanten Artikel und Produkte sowie Artikelmengen auf nachhaltigere Alternativen gemessen. Dazu gehören neben den Eigenmarkenprodukten auch Aktionsartikel. Eine Ausnahme stellt das Themenfeld Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung dar, da es sich hier um Mengen handelt.

Die Unterscheidung zwischen „Artikel“ und „Produkt“ ist notwendig im Rahmen der Datenerfassung, die je Themenfeld spezifisch erfolgt. So erfolgt das Monitoring in den Themenfeldern

Holz, Papier, Tissue², Palmöl sowie Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung auf Artikel-ebene. Im Themenfeld Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung werden umgestellte Artikel-mengen betrachtet. Im Bereich Fisch und Meeresfrüchte sowie Co-Branding erfolgt das Monitoring auf Produktebene. Ein Produkt kann dabei mehrere Artikel umfassen, die sich durch verschiedene Eigenschaften wie Layout, Lieferant oder Artikelnummer unterscheiden können.

Um die Lesbarkeit im Fortschrittsbericht zu verbessern, wird im Folgenden wo möglich und sinnvoll der Begriff „Produkt“ als Synonym für „Artikel“ und „Produkte“ genutzt. Fußnoten erklären zusätzlich die Spezifik der Datenerfassung. In allen Datentabellen wird die jeweils relevante Bezeichnung verwendet.

In diesem Jahr (2018) liegen quantitative Ziele für Fisch und Meeresfrüchte, Holz, Papier und Tissue, Palmöl, Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung vor. Die Ergebnisse aus dem Monitoring im Bereich des Co-Branding werden in diesem Bericht ebenfalls quanti-

tativ dargestellt. Darüber hinaus werden die Arbeitsschwerpunkte Klima und Süßwasser betrachtet. Beim Themenfeld Süßwasser konnte in diesem Jahr schon ein Testlauf des Monitorings durchgeführt werden. Im Themenfeld Klima ist eine Quantifizierbarkeit des Fortschritts ab 2019 geplant.

WEITERE INFORMATIONEN

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

www.netto-online.de/wwf

www.wwf.de/netto

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

² Die Bezeichnung „Tissue“ umfasst alle Hygieneartikel im Netto-Eigenmarkensortiment. Dazu gehören Toilettenpapiere oder Küchentücher.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

1.1. Einleitung

1.2. Die Ermittlung des Fortschritts

1.3. Externe Prüfung des Fortschritts

1.4. Die Fortschritte im Überblick

1.5. Systematik der Bewertung

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

1.3 EXTERNE PRÜFUNG DES FORTSCHRITTS

Ein unabhängiger Wirtschaftsprüfer prüft ausgewählte quantitative Angaben, die der WWF erhoben hat. Die Aufgabe des Prüfers ist es, die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass bei kritischer Würdigung mit einer begrenzten Sicherheit ausgeschlossen werden kann, dass die ausgewählten quantitativen Angaben in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den gewählten GRI-Kriterien Genauigkeit, Ausgewogenheit, Verständlichkeit, Vergleichbarkeit, Zuverlässigkeit und Aktualität aufgestellt worden sind.³

³ Angelehnt an die Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI)

1.4 DIE FORTSCHRITTE IM ÜBERBLICK

In den Themenschwerpunkten Fisch und Meeresfrüchte sowie Holz, Papier, Tissue, Palmöl und Süßwasser gab es auch in diesem Jahr konkrete Fortschritte: Bei Fisch und Meeresfrüchten ist das Sortiment je nach Kategorie bereits zu über drei Vierteln auf nachhaltige Quellen umgestellt.⁴ Vorreiter sind Produkte des Eigenmarkensortiments mit Wildfischbestandteilen, die bereits zu 81 % auf nachhaltige Quellen umgestellt wurden. Beim Bezug von Fisch aus Aquakultur sind inzwischen 63 % des Eigenmarkensortiments auf die Kategorie „Gute Wahl“ umgestellt. Das ist eine signifikante Verbesserung von 18 %. Im Bereich der Tierernährung wurde die Basis für die Erfassung der Produkte erweitert, so dass erstmals auch alle Produkte mit Fischmehl- und Fischölb Bestandteilen in das Monitoring aufgenommen wurden. Da sich die Herkunft dieser Fischbestandteile bei einigen Tiernahrungsprodukten nicht zweifelsfrei

klären ließ, mussten diese neu mit der Kategorie „Lieber nicht“ bewertet werden.

Im Arbeitsschwerpunkt Holz, Papier und Tissue wurde in diesem Jahr die vollständige Umstellung der Grillkohle auf FSC®-zertifizierte Ware erreicht. Auch die Umstellung der Verpackungen schreitet voran. Beleg dafür sind die vertragliche Verankerung der Karton-Umverpackungsanforderungen und der im Monitoring ermittelte Umstellungsgrad von 95 % bei den Endverbraucherpackungen.

Bei den Netto-Eigenmarkenprodukten mit Palmölbestandteilen gab es erneut einen Sprung nach vorne: 95 % der Artikel mit Palmöl enthalten ausschließlich und über die gesamte Lieferkette zertifizierte Ware. Das ist ein erneuter Anstieg um sieben Prozent.

Beim Klimaschutz konnte ein neues Ziel verhandelt werden: Netto wird sich im

⁴ Nachhaltige Quellen bedeuten hier Fischereien und Zuchten, die nach einem vom WWF anerkannten Umweltstandard zertifiziert sind (z.B. MSC und Bioland) oder in der WWF-Fisch- und Meeresfrüchtedatenbank als nachhaltige Quellen geführt werden (Score 1 und 2).

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

- 1.1. Einleitung
- 1.2. Die Ermittlung des Fortschritts
- 1.3. Externe Prüfung des Fortschritts
- 1.4. Die Fortschritte im Überblick**
- 1.5. Systematik der Bewertung

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

Verbund neben dem eigenen Treibhausgas-minderungsziel für das Unternehmen auch ein zusätzliches Ziel zur Reduzierung der Emissionen aus den vor- und nachgelagerten Lieferketten setzen. Diese machen beim Lebensmitteleinzelhandel mehr als drei Viertel der gesamten Treibhausgasemissionen aus und entstehen während Anbau, Produktion, Lieferung und Entsorgung der Produkte. Darüber hinaus gründen die Partner eine „Climate Supplier Initiative“ (CSI), eine branchenweite Initiative für gemeinsame Klimaschutzmaßnahmen in der Lieferkette.

Im neu in den Fortschrittsbericht aufgenommenen Themenfeld Süßwasser wurde ein Evaluierungsverfahren für das neue Wassermanagement entwickelt und im Jahr 2018 erstmalig getestet. Ab dem kommenden Jahr werden die damit gewonnenen Ergebnisse auch von einer unabhängigen Stelle überprüft. Darüber hinaus konnte ein Pilotproduzent für Zitrusfrüchte in Spanien mit dem Nachhaltigkeitsstandard der Alliance for Water Stewardship (AWS) zertifiziert werden. Eine der Fincas im gemeinsamen Zitrusprojekt in Andalusien war dabei der erste landwirtschaftliche Betrieb in Europa, der das AWS-Siegel erhielt und die bisher weltweit nur drei Mal vergebene Kategorie Gold erreichte.

Letztes Jahr wurde die Umstellung im Themenfeld Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung erst-



malig erfasst. Hier zeichnet sich ein positiver Trend bei der Umstellung auf gentechnik(GVO) freie Futtermittel ab. Dem steht gegenüber: Das Ziel, auf zertifiziert nachhaltigere Futtermittel umzustellen, konnte in diesem Jahr nicht nachgewiesen werden. Ein Fortschritt stellt jedoch das in 2017 begonnene Netto-Startprojekt zur Einführung einer nachhaltigeren Fütterung im Schweinebereich dar, an dem derzeit 25 Mastbetriebe teilnehmen. Das Ziel, das Projekt auf eine nachhaltigere Fütterung auszubauen, besteht weiterhin.

Hartnäckig werden wir weiterhin an unseren Zielen einer vollumfänglichen Umstellung

des Fisch- und Meeresfrüchtesortiments auf nachhaltige Quellen, der Erhöhung des Recyclinganteils bei Papier-, Pappe- und Hygieneprodukten sowie der Umstellung auf RSPO Mass Balance-zertifizierte Bestandteile bei Artikeln mit Derivaten und Fraktionen von Palmöl arbeiten.

Das sichtbarste Aushängeschild der Partnerschaft sind die sogenannten co-gebrandeten Produkte. Zum 30.06.2018 wurden insgesamt 222 Produkte gezählt, die mit dem WWF-Logo gekennzeichnet sind. Davon sind 143 Bio-, 56 MSC-, 11 FSC®-zertifiziert und 12 mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

- 1.1. Einleitung
- 1.2. Die Ermittlung des Fortschritts
- 1.3. Externe Prüfung des Fortschritts
- 1.4. Die Fortschritte im Überblick

1.5. Systematik der Bewertung

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

1.5 SYSTEMATIK DER BEWERTUNG

Im Folgenden sind die Teilziele je Themenbereich sowie der Prozessfortschritt zur Zielerreichung dargestellt. Die Beurteilung beruht auf der Bewertung zum Stichtag 30.06. und erfolgt anhand folgender Systematik:

↑ Ziel erreicht

↗ Signifikante Verbesserung zum Vorjahr⁵/Signifikanter Zielerreichungsgrad⁶

→ Ziel in Arbeit/
Baseline erstellt

↘ Signifikante Verschlechterung. Zielerreichung bedroht⁷

↓ Ziel verfehlt

Die Spalte „Ausblick“ stellt eine Einschätzung mit Blick auf die zu erwartende Entwicklung bis zum Monitoring 2019 dar und erfolgt anhand folgender Systematik:

✓ Ziel erreicht

↗ Positive Entwicklung erkennbar

⇔ Kontinuierliche Entwicklung erkennbar / keine eindeutige Tendenz erkennbar⁸

↘ Negative Entwicklung erkennbar, Zielerreichung nicht absehbar

Bereits in Vorjahren erfüllte Ziele werden unter Angabe des Jahres der Zielerreichung separat unter „Erreichtes“ dargestellt. Bei allen diesen Zielen konnte das bisher erreichte Niveau gehalten werden.

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

⁶ Wenn der Zielerreichungsgrad mehr als 95% beträgt.

⁷ Verschlechterung um mehr als 5% im Vergleich zum Vorjahresergebnis, wenn die Ziele gleich geblieben sind.

⁸ Der waagerechte Pfeil kann je nach Reifegrad und Teilziel bedeuten, dass bei der Zielverfolgung eine kontinuierliche Entwicklung erwartet wird oder beispielsweise auf Grund struktureller Rahmenbedingungen oder einer Abhängigkeit von Marktentwicklungen derzeit nicht eindeutig bewertet werden kann.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange
4. Produktbezogene Kommunikation
5. Bestätigungsvermerk

2. DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN



Fisch und
Meeresfrüchte



Holz / Papier / Tissue



Palmöl



Soja / Nachhaltigere
Nutztierfütterung



Klima



Süßwasser

**1. Die Partnerschaft
für Nachhaltigkeit**

**2. Die Fortschritte in
den Themenfeldern**

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere
Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

**3. Gemeinsames Projekt für
eine bessere Orange**

**4. Produktbezogene
Kommunikation**

5. Bestätigungsvermerk

2.1 FISCH UND MEERESFRÜCHTE

Rund 14 Kilo Fisch isst jeder Deutsche im Durchschnitt pro Jahr. Traditionell vor allem freitags ein fester Bestandteil des Mittagessens, ist Fischgenuss inzwischen alltäglich geworden. Gleichzeitig ist die Zahl der überfischten Bestände weltweit auf etwa ein Drittel angestiegen. Vor dem Hintergrund der stetig wachsenden Nachfrage ist es für Netto und WWF umso wichtiger sicherzustellen, dass der bei Netto verkaufte Fisch aus nachhaltigen Quellen stammt.⁹



1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

ZIEL

Bis 31.05.2022 wird Netto sein Eigenmarkensortiment von Fisch und Meeresfrüchten vollständig auf nachhaltige Ware umstellen. Zusätzlich wirbt Netto bei Lieferanten von Markenprodukten und Fabrikmarken dafür, ein 100 % nachhaltiges Sortiment auch bei diesen durchzusetzen.

Netto und WWF fördern neue Fischereimethoden, damit besondere Lebensräume geschützt werden, Beifang verringert und

Fischereimanagement nachhaltig gestaltet wird. Ziel ist es, die Lieferketten besser rückverfolgen zu können. Die besonders gefährdeten Arten Aal, Rochen, Wildstör und Hai bleiben weiterhin dauerhaft aus dem Sortiment gestrichen.

Darüber hinaus wird eine Risikoanalyse entwickelt, mit der sich am Produkt feststellen lässt, ob die EU-Vorgaben gegen illegale, unregulierte

und undokumentierte Fischerei (IUU) eingehalten sind. Die Analyse hilft im Anschluss, Maßnahmen zu entwickeln, die die Risiken für Missbrauch verringern. Diese werden von den Lieferanten umgesetzt, um die Herkunft der Ware nachzuweisen. Der WWF überprüft stichprobenartig in Netto-Märkten den Stand der Umsetzung. Dabei erhalten beide Partner ein besseres Bild von der Umsetzung der Nachhaltigkeitskriterien auf Marktebene.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	STATUS 30.06.2018	AUSBLICK
Umstellung des Netto-Eigenmarken-Sortiments auf nachhaltigere Produkte		
Netto-Eigenmarken	↗ 78 % der Produkte „Gute Wahl“, 21 % „Zweite Wahl“, 1 % „Lieber nicht“ ¹⁰	⇒
davon Wildfisch (83 %)	→ 81 % der Produkte „Gute Wahl“, 18 % „Zweite Wahl“, 1 % „Lieber nicht“	⇒
davon Aquakultur (17 %)	↗ 63 % der Produkte „Gute Wahl“, 37 % „Zweite Wahl“, 0 % „Lieber nicht“	⇒
Tiernahrung	→ 3 % der Produkte „Gute Wahl“, 25 % „Zweite Wahl“, 72 % „Lieber nicht“ Datengrundlage wurde erweitert. Ergebnisse nicht mit Vorjahren vergleichbar.	⇒
Auslistung bedrohter Arten	↑ Keine Meldung von Verstößen	✓

⁹ Nachhaltige Quellen bedeuten hier Fischereien und Zuchten, die nach einem vom WWF anerkannten Umweltstandard zertifiziert sind (z.B. MSC) 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 beziehungsweise 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.

¹⁰ „Gute Wahl“ entspricht MSC, EU-Bio, ASC sowie Score 1 und 2 (grün) nach WWF-Datenbank. „Zweite Wahl“ entspricht Score 3 (gelb). Score 4 und 5 (rot) nach WWF-Datenbank entsprechen der Empfehlung „Lieber nicht“.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

STATUS

Auf dem Weg zum Ziel eines 100 % nachhaltigen Fisch- und Meeresfrüchtesortiments ist Netto einige Schritte weitergekommen. Das hier dargestellte Monitoring ist auf die Eigenmarken von Netto begrenzt. Es ist jedoch weiterhin Ziel der gemeinsamen Arbeit, auch auf Verbesserungen jenseits der Eigenmarken hinzuwirken.

Zum Zeitpunkt der Datenerhebung am 30.06.2018 umfasste das Fisch- und Meeresfrüchtesortiment bei Netto 93 Produkte, also vier Produkte weniger als im letzten Monitoring. Der positive Trend aus dem Vorjahr setzte sich fort und der Anteil von Produkten aus dem Segment „Gute Wahl“ stieg von 71 % im Jahr 2017 auf 78 % in 2018. Im Bereich „Zweite Wahl“ gab es ebenfalls eine positive Entwicklung: Dieser Anteil konnte von 28 % auf 21 % verringert werden.

ENTWICKLUNG DES NETTO-EIGENMARKENSORTIMENTS IM BEREICH WILD- UND ZUCHTFISCH VON 2012 BIS 2018

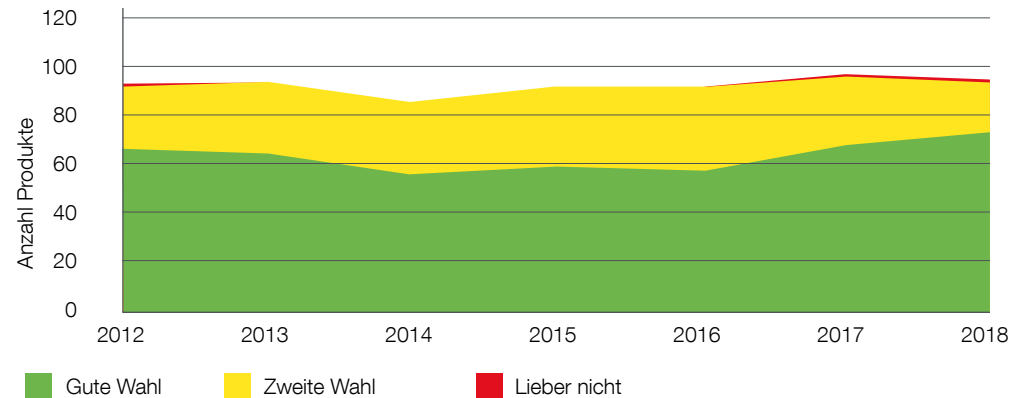


Abbildung 1: Entwicklung des Netto-Eigenmarkensortiments (Wildfisch und Aquakultur) im Zeitverlauf beginnend mit der Baseline 2012 bis zur letzten Erhebung 2018. Gezählt werden alle Produkte, die sich am Stichtag 30.06.2018 im Sortiment befanden, sowie Aktionsartikel, die sich seit 01.07.2017 vorübergehend im Sortiment befanden. Nicht aufgeführt ist der Teilbereich Tiernahrung. Für die Definition der Kategorien „Gute Wahl“, „Zweite Wahl“ und „Lieber nicht“ siehe Fußnote 10.

ZUSAMMENSETZUNG DES NETTO-EIGENMARKENSORTIMENTS FISCH UND MEERESFRÜCHTE (IN %), ERHEBUNG 2018

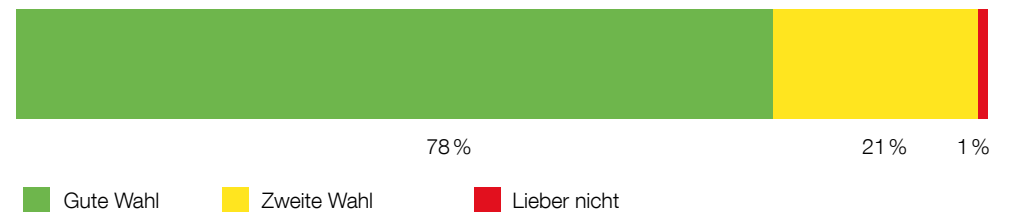


Abbildung 2: Aktuelle Zusammensetzung des Netto-Eigenmarkensortiments im Bereich Fisch und Meeresfrüchte (Wildfisch und Aquakultur) nach den Kategorien „Gute Wahl“, „Zweite Wahl“ und „Lieber nicht“. Gezählt werden alle Produkte, die sich am Stichtag 30.06.2018 im Sortiment befanden, sowie Aktionsartikel, die sich seit 01.07.2017 vorübergehend im Sortiment befanden. Nicht aufgeführt ist der Teilbereich Tiernahrung. Für die Definition der Kategorien „Gute Wahl“, „Zweite Wahl“ und „Lieber nicht“ siehe Fußnote 10.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

ENTWICKLUNG DES NETTO-EIGENMARKENSORTIMENTS IM BEREICH WILD- UND ZUCHTFISCH VON 2012 BIS 2018

NETTO-EIGENMARKEN-SORTIMENT		GESAMTANZAHL PRODUKTE ¹²	ASC	BIO	MSC	SCORE 1	SCORE 2	SCORE 3	SCORE 4	SCORE 5
Baseline 2012	Produkte	92	0	1	64	0	1	25	1	0
	Prozent	100 %	0 %	1 %	70 %	0 %	1 %	27 %	1 %	0 %
Erhebung 2013	Produkte	93	0	1	61	0	2	29	0	0
	Prozent	100 %	0 %	1 %	66 %	0 %	2 %	31 %	0 %	0 %
Erhebung 2014	Produkte	85	1	1	54	0	0	29	0	0
	Prozent	100 %	1 %	1 %	64 %	0 %	0 %	34 %	0 %	0 %
Erhebung 2015	Produkte	91	0	1	56	0	2	32	0	0
	Prozent	100 %	0 %	1 %	62 %	0 %	2 %	35 %	0 %	0 %
Erhebung 2016	Produkte	91	0	1	56	0	1	33	0	0
	Prozent	100 %	0 %	1 %	62 %	0 %	1 %	36 %	0 %	0 %
Erhebung 2017	Produkte	97	7	2	59	0	1	27	1	0
	Prozent	100 %	7 %	2 %	61 %	0 %	1 %	28 %	1 %	0 %
Erhebung 2018	Produkte	93	9	1	62	0	0	20	1	0
	Prozent	100 %	10 %	1 %	67 %	0 %	0 %	21 %	1 %	0 %

¹² Das Monitoring im Themenfeld Fisch erfolgt auf Produkt-ebene. Falls ein Produkt von verschiedenen Lieferanten bezogen wird, jedoch unter dem gleichen Namen und im gleichen Verpackungslayout verkauft wird, werden diese Artikel zu einem Produkt zusammengefasst. Sofern die Fischbestandteile aus Fischereien mit unterschiedlicher Bewertung stammen, ist die jeweils schlechteste Bewertung für ein Produkt ausschlaggebend.

Tabelle 1: Entwicklung des Netto-Eigenmarkensortiments (Wildfisch und Aquakultur) im Zeitverlauf beginnend mit der Baseline 2012 bis zur letzten Erhebung 2018. Gezählt werden alle Produkte, die sich am Stichtag 30.06.2018 im Sortiment befanden, sowie Aktionsartikel, die sich seit 01.07.2017 vorübergehend im Sortiment befanden. Nicht aufgeführt ist der Teilbereich Tiernahrung. Produkte mit Zertifizierungen nach EU-Bio-Verordnung fallen in die Kategorie „Bio“. Die Scores 1-5 basieren auf der Bewertung von Fischereien bzw. Fischzuchten 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/Fischzucht. Score 3 („gelb“) steht für eine Fischerei/Fischzucht, die vertretbar ist. Score 4 und 5 („rot“) stehen für eine destruktive Fischerei/Fischzucht.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

In der Kategorie „Lieber nicht“ ist weiterhin ein Produkt zu finden: Das *Thunfischfilets geschnitten, in eigenem Saft und Aufguss*, stammt zum Teil aus einer Fischerei, die mit Score 4 „Lieber nicht“ bewertet ist (für das Produkt wird Fisch von mehreren Fischereien bezogen). Dabei handelt es sich um Bonito (*Katsuwonus pelamis*) aus dem Südostpazifik, gefangen mit Ringwaden mit Fish Aggregation Devices (FAD). Die 120 bis 250 Meter hohen und bis zu zwei Kilometer langen Netze werden von Booten als Ring um einen Fischschwarm gelegt. Das untere Netzteil wird zusammengezogen, die Fische sind wie in einem großen Beutel gefangen. Um den Fangenerfolg zu verbessern, werden sogenannte Fish Aggregation Devices eingesetzt. FADs sind schwimmende Objekte, die den natürlichen Instinkt vieler Fischarten ausnutzen, sich um solche Objekte zu gruppieren. So werden zunächst kleine Fische angelockt, denen dann die größeren Fische folgen. Beim Einsatz von FADs kommt es zu hohen Beifangmengen. Bei der Aktualisierung der Bewertung dieser Fischerei im letzten Jahr wurde sie von Score 3 auf Score 4 herabgestuft. Zu berücksichtigen ist, dass der Lieferantenvertrag jedoch vor der Neubewertung abgeschlossen wurde. Für kritische Produkte wie beispielsweise dieses Thunfischfilet werden Maßnahmen entwickelt und umgesetzt, die auf eine Verbesserung und Zertifizierung der Fischereien und Fischzuchten hinwirken.

Das im vergangenen Jahr mit Score 4 bewertete Produkt, eine Thunfisch-Pizza, konnte im Laufe des Jahres umgestellt werden. Der Fisch stammt nun aus einer Fischerei aus der Kategorie „Zweite Wahl“.

Während das Produktangebot bei Wildfisch konstant blieb, sank die Zahl der Produkte aus Aquakultur von 20 auf 16: Diese machen nun 17 % des Gesamtsortiments aus. Der Anteil an ASC-zertifizierten Aquakulturprodukten stieg von sieben Prozent auf zehn Prozent (siehe Tabelle 1).

Auch im Segment Wildfisch stieg die Anzahl und somit der prozentuale Anteil an zertifizierten Produkten im Vergleich zum Vorjahr: Fischprodukte mit dem MSC-Siegel machen jetzt 67 % am Gesamtsortiment aus. 81% des Wildfisches bei Netto ist MSC-zertifizierte Ware. Nachdem der Anteil von Produkten aus dem Bereich „Gute Wahl“ in den ersten Jahren der Datenerfassung leicht zurückging, ist dieser in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Sofern der Trend anhält, befindet sich Netto auf einem guten Weg, das 100 %-Ziel bis 2022 zu erreichen.

2018 wurde im Bereich Tiernahrung die Basis für die Erfassung der Produkte erweitert, so dass erstmals auch alle Produkte mit Fischmehl- und Fischölbestandteilen in das Monitoring aufgenommen wurden. Zwar ist

dieser Anteil im einzelnen Produkt oft sehr gering, kann aber in Summe erhebliche ökologische Auswirkungen haben. Eine große Herausforderung hierbei bleibt die Rückverfolgbarkeit der Fischbestandteile bis zum Fanggebiet und der Fangmethode der jeweiligen Fischerei. Denn anders als bei Speisefisch fehlen bei Tiernahrung gesetzliche Vorgaben, die beispielsweise die Angabe von Spezies, Fanggebiet und Fanggerät auf dem Produkt vorschreiben. Angaben hierüber können nur dann erhoben werden, wenn alle Beteiligten entlang der Lieferketten mitarbeiten. Fehlen diese Informationen, kann die Nachhaltigkeit des Produkts nicht bewertet werden. Aus diesem Grund wurden drei Tiernahrungsprodukte die im Vorjahr zur Kategorie „Gute Wahl“ gehörten, 2018 mit Score 5 bewertet. Bei ihnen ließ sich die Herkunft der Fischbestandteile nicht zweifelsfrei klären. Die Vergleichbarkeit mit den Ergebnissen aus dem Jahr 2017 ist im Bereich Tiernahrung daher nicht gegeben.

NETTO MARKEN-DISCOUNT UND WWF Fortschrittsbericht 2018

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere
Nutztierfütterung

2.5. Klima


2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

2.2 HOLZ / PAPIER / TISSUE



Wälder sind Heimat für 80 % der an Land lebenden Arten.¹³ Sie produzieren saubere Luft zum Atmen und filtern und speichern Trinkwasser. Dennoch wurden zwischen 1990 und 2015 Naturwälder auf einer Fläche vernichtet, die fast 7-mal so groß ist wie Deutschland.¹⁴ Für 80 % des Waldverlusts sind die Ausweitung der Landwirtschaft und die Vergrößerung von Holz- und Zellstoffplantagen verantwortlich.¹⁵ Um diese Entwicklung zu stoppen, ist neben politischen Lösungen die Mitarbeit von Wirtschaft und Konsumenten gefragt. Hierbei sind glaubwürdige Zertifizierungssysteme ein Baustein, die zum Erhalt der Wälder beitragen können.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

ZIEL

Netto will alle Holz- und Papier-Eigenmarkenprodukte inklusive Endverbraucherpackungen auf vorzugsweise Recycling mit dem Siegel Blauer Engel oder FSC®¹⁶ umstellen. Dieses Ziel gilt für alle Transport- und Versandverpackungen der Eigenmarken sowie sämtliches Verpackungsmaterial bis Ende 2017. Bis spätestens Ende 2020 sollen alle Etiketten, gedruckte

Bedienungsanleitungen oder zum Beispiel auch hölzerne Eisstiele umgestellt sein.

Bei der Umstellung von Transport- und Versandverpackungen wird vorab geprüft, ob Funktionalität und Stabilität nicht beeinträchtigt sind. Bei den Papier- und Zellstoffprodukten wie Küchentüchern gibt es Potenzial, den Recyclinganteil

weiter auszubauen. Bei den Produktverpackungen muss jedoch stets die Lebensmitteltauglichkeit beachtet werden.¹⁷ Solange Druckereien mit mineralölbasierten Farben arbeiten, bleibt das Problem der Übertragung von Mineralölrückständen. Im Rahmen der Partnerschaft wird dieser Sachverhalt weiter untersucht und soll durch konkrete Maßnahmen eingedämmt werden.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	STATUS 30.06.2018	AUSBLICK
Umstellung auf FSC®/Recycling-Produkte		
Grillkohle	↑ 100 % FSC®-zertifiziert	✓
Holz- und Papier-Produkte	→ 92 % Blauer Engel-/FSC®-zertifiziert Arbeit am weiteren Ausbau des Recycling-Anteils	⊞
Umstellung auf FSC®/Recycling-Verpackungen		
Endverbraucherpackungen	↗ 95 % FSC®-zertifiziert	⊞
Karton-Umverpackungen (bis Ende 2017)	→ Die Verwendung FSC®-zertifizierter Karton-Umverpackungen ist über vertragliche Vereinbarungen mit Lieferanten abgedeckt. Eine Ermittlung des Umstellungsgrads ist aufgrund der Datenlage aktuell nicht Bestandteil des Monitorings.	⊞

¹³ Vgl. IUCN; Website vom 7.7.2017: <https://www.iucn.org/theme/forests/our-work>.

¹⁴ Vgl. WWF Deutschland(2016): Living Planet Report 2016 – Kurzfassung. Dies entspricht 239 Millionen Hektar Naturwälder.

¹⁵ Vgl. Kissinger, G., Herold, M. and V. De Sy (2012): Drivers of Deforestation and Forest Degradation: A Synthesis Report for REDD+ Policymakers.

¹⁶ FSC® steht für „Forest Stewardship Council®“. Es ist ein internationales Zertifizierungssystem für nachhaltigere Waldwirtschaft. Das Holz von Möbeln, Spielzeugen, Büchern, Schulheften oder Bleistiften mit FSC®-Siegel kommt aus Wäldern, die verantwortungsvoller bewirtschaftet werden. Es gibt zehn weltweit gültige Prinzipien, die von allen FSC®-Standards der verschiedenen Länder eingehalten werden müssen. FSC® zertifiziert werden Wälder und Plantagen, die unter anderem nach strengeren ökologischen und sozialen Prinzipien bewirtschaftet werden. Das soll dazu beitragen, dass die Wälder langfristig erhalten bleiben können. Die Vorstellung ein FSC®-zertifizierter Wald sei völlig unberührte Natur trifft ebenso wenig zu wie die Vorstellung aus dem Wald würde nur wenig Holz entnommen.

¹⁷ Bei den Verpackungen wird zwischen Produktverpackungen sowie Transport- und Versandverpackungen unterschieden. Verpackungen, welche den einzelnen Artikel umgeben, werden als Endverbraucherpackungen bezeichnet. Verpackungen, die im Transport verwendet werden, werden als Karton-Umverpackungen bezeichnet.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

STATUS

Der überwiegende Anteil des Eigenmarkensortiments mit Holz- oder Bambus Bestandteilen ist auf FSC® 100 umgestellt. Eigenmarken mit Papier- und Tissue-Bestandteilen sind mindestens FSC® Mix-zertifiziert, Produkte aus Recyclingmaterial sind nach den Richtlinien des Blauer Engel beziehungsweise FSC®-Recycled umgestellt.

Neben den bereits seit 2017 vollständig umgestellten Getränkekartons und Tissue-Produkten ist nun auch die Grillkohle zu 100 % FSC®-zertifiziert.

Die Zahl der Holz- und Papierprodukte im Sortiment ist weitgehend konstant geblieben. Es sind jedoch neue, noch nicht umgestellte Produkte hinzugekommen, während andere, bereits umgestellte Produkte, nicht mehr Bestandteil des Sortiments sind. Diese Dynamik erklärt Schwankungen beim Zielerreichungsgrad der einzelnen Kategorien. Der Umstellungsgrad bei Holz- und Papierprodukten liegt in diesem Jahr bei 92 % – das sind vier Prozent weniger als im Vorjahr.

Der Anteil der umgestellten Primärverpackungen, also Verpackungen, die in direkten Kontakt mit dem Produkt kommen, ist im Vergleich zum Vorjahr von 90 % auf 95 % gestiegen. Ziel ist es weiterhin, den Anteil an Recyclingmaterial sowohl bei den Produkten

als auch den Verpackungen zu erhöhen. Dies ist abhängig von der technischen Machbarkeit. So sind beispielsweise Getränkekartons mit FSC®-Recyclingfasern derzeit nicht am Markt verfügbar.

KATEGORIEN	ANZAHL DER ARTIKEL	DAVON UMGESTELLT ¹⁸	DAVON RECYCLING ¹⁹
Netto-Eigenmarkenartikel			
Grillkohle	5	100 %	0 %
Tissue	55	100 %	5 %
Holz- und Papierartikel (inkl. Office)	53	92 %	15 %
Netto-Eigenmarkenverpackungen			
Endverbraucherpackungen	1190	95 %	5 %
Davon Getränkekartons	85	100 %	0 %

Tabelle 2: Umstellung der Netto-Eigenmarken und Verpackungen auf FSC®/Recycling. Gezählt werden alle Artikel, die sich am Stichtag 30.06.2017 im Sortiment befanden. Darunter können sich auch Aktionsartikel befinden.

¹⁸ Umstellung auf FSC® 100 %, FSC® Mix, FSC® Recycling oder Blauer Engel

¹⁹ Blauer Engel oder FSC® Recycling

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

Die Ziele der Partnerschaft wurden seit 2017 ausgeweitet und teilweise nachgeschärft. Mit der Umsetzung wurde bereits begonnen: Neu und ab kommendem Jahr Teil des Monitorings ist das Ziel, alle Holz- und Papierbestandteile der Eigenmarken umzustellen. Dazu gehören beispielsweise Füllmaterialien, Holzgriffe und Filterpapiere. Bis spätestens 2020 sollen Bedienungsanleitungen und Beilegmaterial ausschließlich aus Recyclingmaterial bestehen. Einzig Zigarettenfilterpapiere mussten vorerst zurückgestellt werden. Grund hierfür ist die geringe Lieferantenauswahl und mangelnde Bereitschaft, sich FSC®-zertifizieren zu lassen.

Für die Ausschreibung der Versand- und Transportverpackungen wird bereits FSC®-zertifiziertes Material verlangt und die meisten Verpackungen sind schon umgestellt. Der genaue Anteil kann jedoch erst ab dem kommenden Jahr erfasst werden. Durch die neuen Ausschreibungskriterien sind die Abweichung von tatsächlich umgestellten zu potenziell umgestellten Transportverpackungen wegen noch gültiger Altverträge nicht klar ermittelt worden. Die Altverträge werden nach und nach durch neue Verträge abgelöst.

ERREICHTES

TEILZIEL

ZIELERREICHUNG

Umstellung auf FSC®/Recycling		
Getränk kartons	100 % FSC®-zertifiziert	06/2016 ✓
Tissue-Produkte	100 % FSC®- oder Blauer Engel-zertifiziert	06/2017 ✓



NETTO MARKEN-DISCOUNT UND WWF Fortschrittsbericht 2018

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere
Nutztierfütterung

2.5. Klima


2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

2.3 PALMÖL



Jedes zweite Supermarktprodukt enthält Palmöl. Mit dem Kauf von Margarine, Pizza, Schokoriegel, Waschmittel, Creme oder Lippenstift entscheiden wir indirekt auch über das Schicksal bedrohter Arten wie Orang-Utan oder Tiger. Denn die steigende Nutzung von Palmöl trägt massiv zur Rodung tropischer Wälder bei. Immer mehr Nachfrage bedeutet immer mehr Anbauflächen, für die Regenwald verloren geht. Der WWF fordert als Mindeststandard den Einsatz von RSPO-zertifiziertem Palmöl. Das bedeutet, dass auf den Plantagen freiwillig mehr für Naturschutz und Menschenrechte getan wird als gesetzlich vorgeschrieben. Zusätzlich fordert der WWF die Einhaltung von Zusatzkriterien wie ein Verbot des Anbaus auf Torfböden oder des Einsatzes von hochgefährlichen Pestiziden.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

ZIEL

Die Zertifizierung des reinen Palmöls erfolgt weiterhin nach 100 % RSPO Segregated.²⁰ Auch bei Palmkernöl will Netto, wo möglich, auf diese/n Standard/Qualität zugreifen. In

allen Netto-Eigenmarken mit Derivaten und Fraktionen aus Palm(kern)öl setzt Netto 100 % RSPO Mass Balance-zertifizierten Rohstoff ein.²¹

Netto bleibt Mitglied im Round Table for Sustainable Palm Oil (RSPO)²², um über die Mitgliedschaft aktiv Verbesserungen in den Standards einzufordern.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	STATUS 30.06.2018	AUSBLICK
Umstellung auf zertifizierte Quellen nach RSPO-Lieferkettenmodell „Segregated“ (SG) oder „Mass Balance“ (MB)		
Palmölhaltige Netto-Eigenmarkenprodukte	Umstellung bei 95,45 % auf RSPO SG erfolgt	
Palmkernölhaltige Netto-Eigenmarkenprodukte	Umstellung bei 63,64 % auf RSPO SG erfolgt; 36,36 % auf RSPO MB umgestellt	
Netto-Eigenmarkenprodukte mit Derivaten/ Fraktionen aus Palm(kern)öl	Umstellung bei 57,61 % auf RSPO SG und MB erfolgt.	

²⁰ 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 genauso viel RSPO-zertifiziertes Palm(kern)öl verkauft wie eingekauft wurde. Die Handelsströme von zertifiziertem und nicht zertifiziertem Material werden nicht getrennt, daher befindet sich auch nicht zertifiziertes Material im Endprodukt.

„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. Es befindet sich kein zertifiziertes Material im Produkt.

²¹ Palm- oder Palmkernöl können durch aufwendige chemische Umwandlungsprozesse verändert werden. Dabei entstehen sogenannte Derivate, die beispielsweise als Tenside oder Emulgatoren in Kosmetika und Reinigungsmitteln eingesetzt werden. Palmöl lässt sich durch Fraktionierung in feste und flüssige Komponenten („Fraktionen“) teilen.

²² Der 2004 gegründete Roundtable on Sustainable Palm Oil hat das Ziel, nachhaltige Anbaumethoden für Palmöl zu fördern und so die Umweltschäden zu begrenzen. Mitglieder sind neben Umweltschutzverbänden und anderen Nichtregierungsorganisationen vor allem Unternehmen und Institutionen aus der Wertschöpfungskette des Palmöls, darunter Plantagenbetreiber, Händler und industrielle Abnehmer von Palmöl, aber auch Investoren und Banken.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

STATUS

Netto arbeitet seit 2015 an der Umstellung auf zertifiziertes Palm(kern)öl in seinem Eigenmarkensortiment. Innerhalb eines Jahres gab es signifikante Verbesserungen sowohl bei Produkten mit reinem Palmöl als auch bei Produkten, die Derivate und Fraktionen aus Palm(kern)öl enthalten.

Abbildung 3 zeigt eine deutliche Steigerung von RSPO Segregated-zertifizierten Palmölbestandteilen im Eigenmarkensortiment von ca. 76 % im Jahr 2016 auf ca. 95 % im Jahr 2018. Im Bereich des segregierten Palmöls wurden bereits 95,45 % des Netto-Eigenmarkensortiments mit Palmölbestandteilen auf das angestrebte Lieferkettenmodell RSPO Segregated umgestellt.

ENTWICKLUNG DER UMSTELLUNG DER PALMÖLBESTANDTEILE NACH ANGESTREBTEM LIEFERKETTENMODELL (2016-2018)

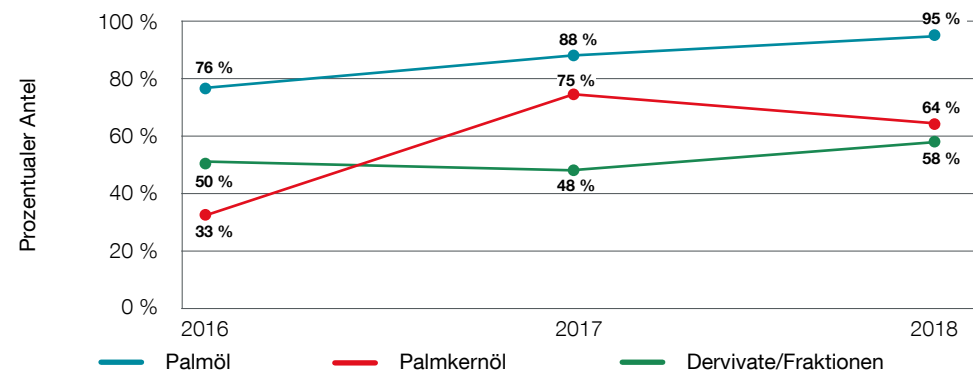


Abbildung 3: Entwicklung der Umstellung der Palmölbestandteile der Netto-Eigenmarken nach RSPO-Lieferkettenmodell.

KATEGORIEN	DAVON UMGESTELLT „SEGREGATED“		DAVON UMGESTELLT „MASS BALANCE“		DAVON UMGESTELLT „BOOK & CLAIM“		NICHT UMGESTELLT		UMSTELLUNG AUF ANGESTREBTES LIEFERKETTEN-MODELL
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	
Palmöhlhaltige Artikel ohne Derivate/Fractionen	210	95,45	10	4,55	0	0,00	0	0,00	95,45 %
Palmkernöl/-fetthaltige Artikel	7	63,64	4	36,36	0	0,00	0	0,00	63,64 %
Artikel mit Derivaten/ Fraktionen von Palm(kern)öl	20	5,97	173	51,64	140	41,79	2	0,60	57,61 %

Tabelle 3: Umstellung der Netto-Eigenmarken nach RSPO-Lieferkettenmodell. Gezählt werden alle Artikel, die sich am Stichtag 30.06.2017 im Sortiment befanden. Darunter können sich auch Aktionsartikel befinden.

NETTO MARKEN-DISCOUNT UND WWF Fortschrittsbericht 2018

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

Einen kleinen Rückschritt gab es bei Palmkernöl. Dieser Rückgang resultiert aus einer schwankenden Produktmenge sowie wechselnden Lieferanten, die erst wieder neu in den Prozess eingebunden werden müssen. Bei einer generell niedrigen Anzahl (7) an Artikeln und bei einer prozentualen Darstellung fallen auch kleine Änderungen nach oben oder unten besonders ins Gewicht. Bei Derivaten und Fraktionen gab es eine Steigerung des Anteils von SG- und MB-Ware von 48 % in 2017 auf insgesamt 57,61 % in 2018.

Im gesamten Netto-Eigenmarkensortiment gab es im Monitoring 2018 nur noch zwei Artikel, die nicht zertifiziert sind. Somit liegt die prozentuale Umstellung insgesamt nach einem der möglichen Lieferkettenmodelle bei 99,60 %.



ERSATZ VON PALMÖL

In einigen Produkten ist Palmöl durch andere Öle ersetzbar. Der WWF Deutschland empfiehlt, heimisches Raps- oder Sonnenblumenöl aus der EU zu nutzen. Für alle Substitute gilt, dass sie ebenfalls strenge ökologische und soziale Nachhaltigkeitskriterien erfüllen sollten wie z.B. ISCC plus²³ mit den Ergänzungen zum Einsatz von Pestiziden. Ein Ersatz von Palmöl durch andere Öle, insbesondere tropische, verlagert die ökologischen Probleme nur oder kann sie sogar verschlimmern. Wichtiger ist, Palmöl aus nachhaltigen Quellen zu beziehen und sparsam einzusetzen.



PALMÖL SCORECARD

Mit der Palmöl Scorecard nimmt der WWF Deutschland seit 2009 regelmäßig die Einkaufspolitik von Palmöl-Käufern und -Verarbeitern unter die Lupe. Die Ergebnisse des Palmöl-Checks 2017 waren durchwachsen. Wenigen Vorreitern steht nach wie vor eine träge Masse von Verweigerern gegenüber. Netto hat mit 18 von maximal 22 Punkten die höchste Punktzahl unter den deutschen Lebensmitteleinzelhändlern erreicht.

²³ ISCC Plus ist ein Zertifizierungssystem für nachhaltigen Biokraftstoff, welches auch eine Produktzertifizierung für den Nahrungs- und Futtermittelmarkt an z.B. Ölsaatenmehl, DDGS, Öle für Nahrungsmittel und andere Anwendungen beinhaltet. Die Kernanforderungen von ISCC PLUS umfassen Themen wie Rückverfolgbarkeit, Treibhausgasberechnung und Management.

NETTO MARKEN-DISCOUNT UND WWF Fortschrittsbericht 2018

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

2.4 SOJA / NACHHALTIGERE NUTZTIERFÜTTERUNG

Soja spielt als Futtermittel in der Nutztierhaltung eine große Rolle. Da der Anbau in Europa nur eingeschränkt möglich ist, werden große Mengen in Südamerika angebaut und exportiert – mit gravierenden Folgen für Umwelt und Bevölkerung. Um Anbauflächen zu gewinnen, werden wertvolle Ökosysteme wie Regenwälder und Savannen zerstört und kleinbäuerliche Gemeinden von ihren angestammten Flächen vertrieben. Auch die gesundheitlichen Risiken für die Bevölkerung in den Anbaubereichen steigen. Die Pflanzen werden in Monokulturen meist unter Verwendung von gentechnisch verändertem Saatgut angebaut. Auf diese Weise werden in zunehmenden Mengen das Breitbandherbizid Glyphosat und auch andere wegen ihrer Giftigkeit in der EU verbotene Pestizide eingesetzt. Dadurch sinkt die Artenvielfalt zusätzlich und der Boden wird geschädigt. Um gegenzusteuern, unterstützen Netto und WWF den Einsatz nachhaltigerer und umweltfreundlicherer Eiweißfuttermittel.



1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

ZIEL

Netto stellt beim Einsatz von Futtermitteln in der Schweine-, Rinder- und Geflügelernährung auf heimische beziehungsweise europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, GVO-freies, zertifiziertes Soja um (RTRS²⁴+GVO-frei, Soja nach „ProTerra“-Richtlinien, Donausoja/Europe Soya).

Im Segment Weiße Linie, darunter fallen alle Milcherzeugnisse außer Käse, will Netto für die Eigenmarken zur Erzeugung von 60 % der Artikelmenge des Jahres 2017 in der Milchviehfütterung auf den Einsatz von Sojainkomponenten verzichten. Alternativ ist die Fütterung mit nachhaltigerem, GVO-freiem, zertifiziertem Soja (RTRS+GVO-frei, Soja nach „ProTerra“-Richtlinien, Donausoja/Europe Soya) möglich. Das Ziel soll bis 30.06.2018 erreicht werden. Bis 30.06.2019 will Netto den genannten Anteil auf 75 %, bis 30.06.2020 auf 85 % erhöhen.

Im Segment Gelbe Linie, das sind Käseprodukte, will Netto zur Erzeugung von 25 % der Artikelmenge des Jahres 2017 in der Milchviehfütterung auf den Einsatz von Sojainkomponenten verzichten. Alternativ ist die Fütterung mit nachhaltigerem, GVO-freiem, zertifiziertem Soja (RTRS+GVO-frei, Soja nach „ProTerra“-Richtlinien, Donausoja/Europe



Soya) möglich. Das Ziel soll bis 30.06.2019 erreicht werden und gilt für Lieferanten und Molkereien, die überwiegend Milch aus Deutschland, Österreich und der Schweiz verarbeiten. Bis 30.06.2020 verfolgt Netto eine schrittweise Erhöhung des genannten Anteils auf 50 %, bis 30.06.2021 auf 75 %.

Im Segment Fleisch/Wurst, also frische und verarbeitete Fleischprodukte, erarbeiten EDEKA und der WWF bis 2018 ein Konzept, wie hier eine schrittweise Umstellung auf

nachhaltigere Fütterung erfolgen kann. Auf dieser Basis wird gemeinsam entschieden, bis wann eine vollständige Umstellung im Eigenmarkenbereich erfolgt. Diese Zielsetzung wird in der Folge auch für Netto gelten. Darüber hinaus führt Netto ein Startprojekt mit nachhaltigerer Fütterung durch, entsprechend der genannten Positionierung. Ziel ist es, daraus Produkte ab 01.01.2019 bei Netto zu verkaufen.

²⁴ Der Runde Tisch für verantwortungsvolles Soja (Round Table on Responsible Soy, kurz RTRS) wurde 2006 mit dem Ziel gegründet, die negativen Umweltauswirkungen des Sojabooms durch Aufstellung von Mindestanforderungen zu reduzieren und die sozialen Bedingungen für die ArbeiterInnen zu verbessern. RTRS ist eine freiwillige, globale Plattform für alle Akteure entlang der Soja-Wertschöpfungskette. Seit 2012 existiert parallel zum bestehenden RTRS-Standard die Möglichkeit, GVO-freies Soja im Rahmen des RTRS zertifizieren zu lassen (RTRS+GVO-frei). Der WWF Deutschland unterstützt und empfiehlt ausschließlich diesen Standard. Unter den Mitgliedern befinden sich sowohl Soja-Produzenten, Vertreter von Industrie, Handel und Finanzinstituten als auch Nichtregierungsorganisationen wie The Nature Conservancy und Solidaridad.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL		STATUS 30.06.2018	AUSBLICK
Umstellung auf zertifiziert nachhaltigere Futtermittel nach Segmenten			
WEISSE LINIE 60 % der Artikelmenge des Jahres 2017 bis 30.06. 2018 ²⁵	↓	Eine zertifiziert nachhaltigere oder heimische Fütterung konnte in diesem Jahr bei keinem Produkt festgestellt werden ²⁶ .	🔒
GELBE LINIE 25 % der Artikelmenge des Jahres 2017 bis 30.06. 2019 ²⁷	→	Erster Stichtag zur Zielerreichungsprüfung ist der 30.06.2019. Eine zertifiziert nachhaltigere oder heimische Fütterung konnte in diesem Jahr bei noch keinem Produkt festgestellt werden.	🔒
FLEISCH/WURST Erarbeitung eines Konzeptes zur schrittweisen Umstellung des Eigenmarkensortiments	→	Zum 30.06.2018 lagen noch keine Ergebnisse der Machbarkeitsanalyse vor. Das Ziel, bis Ende 2018 ein für EDEKA und Netto geltendes Umstellungskonzept zu erarbeiten, besteht weiterhin. Eine zertifiziert nachhaltigere oder heimische Fütterung konnte in diesem Jahr bei noch keinem Produkt festgestellt werden.	🔒
Durchführung eines Projektes	↘	Für das Projekt wurde eine neue Lieferkette aufgebaut. Das ursprüngliche Ziel, europäische Eiweißfuttermittel einzusetzen und entsprechende Produkte ab dem 01.01.2019 bei Netto zu verkaufen, wird voraussichtlich nicht erreicht. Jedoch konnte eine Verpflichtung auf die Verwendung GVO-freier Futtermittel erreicht werden. Das Ziel, das Projekt auf eine nachhaltigere Fütterung auszubauen, besteht weiterhin.	🔒
Startprojekte			
Eier aus Bodenhaltung („vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“)	→	100 % umgestellt auf GVO-freie Futtermittel.	🔒
Heumilch (Vanille Drink, weiße Linie)	↑	Die nationale Heumilch ist seit 2017 auf dem Markt.	✓
Hähnchen TK (Gourmeat)	↑	Umstellung auf nachhaltigere Futtermittel erfolgt.	✓

²⁵ Da Netto erst 2015 in die Partnerschaft eingetreten ist und mit dem Monitoring im Themenfeld erst 2017 begonnen wurde, gilt hier die Artikelmenge aus dem Jahr 2017. In diesem Themenfeld wird nicht die Absatzmenge in Tonnen des aktuellen Eigenmarkensortiments als Vergleichsbasis herangezogen.

²⁶ Die auf nachhaltigere Futtermittel umgestellte Heumilch wird hier nicht berücksichtigt, da sie im Rahmen der Startprojekte betrachtet wird.

²⁷ Als Bezugsbasis für die Errechnung der prozentualen Anteile wird das Gesamtsortiment des Jahres 2017 verwendet.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

STATUS

Die ambitionierte Zielsetzung, das Netto-Eigenmarkensortiment sukzessive auf eine nachhaltigere Fütterung umzustellen, stellt eine große Herausforderung dar: Ein Teilziel, die teilweise Umstellung auf eine nachhaltigere Fütterung im Segment Weiße Linie, wurde dabei verfehlt. Eine positive Entwicklung ist dennoch, dass in sämtlichen Segmenten eine Steigerung GVO-freier Artikel festgestellt werden konnte (siehe Tabelle 4).

Die Ergebnisse der Machbarkeitsanalyse konnten nicht wie geplant bis zum Frühjahr 2018 vorgelegt werden. Das Ziel, bis Ende des Jahres 2018 ein Umstellungskonzept für eine nachhaltigere Fütterung zu erarbeiten, besteht weiterhin. Der Anteil von GVO-freien Produkten im Segment Fleisch/Wurst wurde im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt.

Erfasst und dargestellt werden ausschließlich die Absatzmengen der umgestellten Artikel, differenziert nach den Kategorien „zertifiziert nachhaltiger“, „GVO-frei (VLOG)“ und „gutes Futter“ (siehe Tabelle 4). Der Nachweis für die Umstellung erfolgt durch Sichtung von Vertragsunterlagen im Rahmen einer Stichprobenziehung.

SEGMENT	JAHR	UMGESTELLT NACH			GESAMT
		ZERTIFIZIERT NACHHALTIGER ²⁸	VLOG ²⁹	GUTES FUTTER ³⁰	
Fleisch/Wurst (in t) ³¹	2017	0	26.769	0	26.769
	2018	0	32.670	0	32.670
Weiße Linie (in t) ³²	2017	0	287.814	9.840	297.654
	2018	0	301.032	16.700	317.732
Gelbe Linie (in t) ³³	2017	0	17.733	0	17.733
	2018	0	21.068	0	21.068

Tabelle 4: Umgestellte Absatzmengen der Netto-Eigenmarken nach Segment in Tonnen. Der Betrachtungszeitraum für das Jahr 2018 war 01.07.2017-30.06.2018.

²⁸ Die Kategorie „zertifiziert nachhaltiger“ entspricht der o.g. Zielsetzung: Umstellung auf heimische beziehungsweise europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, GVO-freies, zertifiziertes Soja (RTRS+GVO-frei, Soja nach „ProTerra“-Richtlinien, Donau Soja/Europe Soya).

²⁹ VLOG bezeichnet den „Verband Lebensmittel Ohne Gentechnik“. Dieser zertifiziert Produkte, die ohne die Verwendung von gentechnisch veränderten Organismen hergestellt werden.

³⁰ Zusätzlich zur VLOG-Zertifizierung gibt es die Kategorie „Gutes Futter“. Diese gilt für Netto-Lieferanten, die eine VLOG-Zertifizierung aufgrund nicht auszuschließender gentechnisch veränderter Produktkomponenten derzeit nicht erreichen können, aber deren Futter GVO-frei ist.

³¹ Sämtliches verarbeitetes und frisches Fleisch

³² Milcherzeugnisse außer Käse

³³ Sämtliche Käseerzeugnisse

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

- 2.1. Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2. Holz / Papier / Tissue
- 2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

- 2.5. Klima
- 2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

UMSTELLUNG IN LAUFENDEN PROJEKTEN

Auch das Projekt zur Einführung einer nachhaltigeren Fütterung im Schweinebereich, das Netto zusammen mit der EDEKA-Region Südbayern im Jahr 2017 für eine Laufzeit von zwei Jahren initiiert hat, stellt einen Teilerfolg dar. Zwar wurde die Umstellung auf nachhaltigere Fütterung nicht erreicht, es startete jedoch die Vermarktung von Artikeln aus Schweinefleisch, bei denen die Tiere GVO-frei gefüttert wurden. Das Ziel, das Projekt auf eine nachhaltigere Fütterung auszuweiten, bleibt bestehen.

Zusätzlich werden VLOG-zertifizierte Produkte der Marken „Hofmaier“ und „Gut Ponholz“ seit 2017 bei Netto angeboten. Hierbei handelt es sich um Geflügelartikel.

Die bereits umgestellten Produkte aus den weiteren Startprojekten, wie die seit 2017 verfügbare Heumilch oder die auf eine nachhaltigere Fütterung umgestellten Hähnchen TK (Gourmeat), werden aufrechterhalten.

Die Eier aus Bodenhaltung der Marken „Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“ stammen aus einer GVO-freien Fütterung. Die Ausweitung auf eine nachhaltigere Fütterung konnte nicht erreicht werden.

UMGESTELLT NACH

STARTPROJEKT

ZERTIFIZIERT NACHHALTIGER³⁴ IN %

VLOG³⁵ IN %

STARTPROJEKT	ZERTIFIZIERT NACHHALTIGER ³⁴ IN %	VLOG ³⁵ IN %
Eier aus Bodenhaltung („vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“)	0	100
Hähnchen TK (Gourmeat)	100	0
Heumilch (Vanille Drink, weiße Linie)	100	0

Tabelle 5: Umstellung bei den Startprojekten

WARUM LEGEN WWF UND NETTO WERT AUF HEIMISCHE FUTTERMittel?

Ein wichtiges Ziel der Partnerschaft ist es, den Verbrauch von importiertem Soja durch den Einsatz von Hülsenfrüchtlern wie Lupinen, Klee, Erbsen oder Ackerbohnen zu senken. Diese Eiweißpflanzen lockern den Ackerboden durch ihre Wurzelbildung auf, kurbeln das Bodenleben an, erhöhen die Biologische Vielfalt und fördern die Bildung von Humus. Auf diese Weise entsteht ein gutes Bodengefüge mit besserer Wasserspeicherefähigkeit und erhöhter CO₂-Bindung. Der Anbau heimischer Eiweißpflanzen lindert somit nicht nur die Sojaproblematik in Südamerika, sondern leistet einen aktiven Beitrag für eine bessere Bodenqualität, für eine Erhöhung der landwirtschaftlichen Artenvielfalt und für den Klimaschutz.

³⁴ Die Kategorie „zertifiziert nachhaltiger“ entspricht der o.g. Zielsetzung: Umstellung auf heimische beziehungsweise europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, GVO-freies, zertifiziertes Soja (RTRS+GVO-frei, Soja nach „ProTerra“-Richtlinien, Donausoja/Europe Soja).

³⁵ VLOG bezeichnet den „Verband Lebensmittel Ohne Gentechnik“. Dieser zertifiziert Produkte, die ohne die Verwendung von gentechnisch veränderten Organismen hergestellt werden.

NETTO MARKEN-DISCOUNT UND WWF Fortschrittsbericht 2018

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

- 2.1. Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2. Holz / Papier / Tissue
- 2.3. Palmöl
- 2.4. Soja / Nachhaltigere
Nutztierfütterung

2.5. Klima

- 2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

2.5 KLIMA

Derzeit hat sich die Erde bereits um mehr als ein Grad Celsius im Vergleich zur vorindustriellen Zeit erwärmt. Bei einer Erderhitzung um 4,5 °C wäre fast die Hälfte aller Arten in den weltweit wichtigsten Naturregionen vom lokalen Aussterben bedroht.³⁶ Selbst 2 °C mehr bedeutet 25% weniger Arten. Im Lebensmitteleinzelhandel entstehen mehr als drei Viertel der gesamten Treibhausgasemissionen als indirekte Emissionen in den vor- und nachgelagerten Lieferketten, also während des Anbaus, der Produktion und der Nutzung von Produkten.³⁷ Im neuen Partnerschaftsvertrag zwischen WWF und Netto wird daher insbesondere dieser Teil der Klimaschutzarbeit ausgeweitet.



1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

2.1. Fisch und Meeresfrüchte

2.2. Holz / Papier / Tissue

2.3. Palmöl

2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

ZIEL

Netto will die Treibhausgasemissionen bezogen auf die Verkaufsfläche in Quadratmetern um 30 % bis zum Jahr 2020 und um 50 % bis zum Jahr 2025 reduzieren, jeweils im Vergleich zum Basisjahr 2011.

Netto legt in einem Fahrplan mit konkreten Klimaschutzmaßnahmen fest, wie sie für die eigenen Standorte einen proportionalen Beitrag zur Erreichung des verbundweiten Treibhausgasreduktionsziels sicherstellen. Diesen Fahrplan veröffentlicht Netto bis zum 31.01.2018 und setzt ihn in den Folgejahren (2018-2022) um.

Darüber hinaus engagiert sich Netto mit EDEKA und dem WWF in der zu gründenden „Climate Supplier Initiative“ (CSI) für gemeinsame Klimaschutzmaßnahmen. Die CSI will Branchenakteure entlang der Lieferkette zusammenbringen. Netto wird dafür bis zum 31.01.2019 einen Fahrplan mit Maßnahmen erstellen, die speziell auf Klimaschutz entlang der Lieferkette einzahlen. Der Plan soll bis zum 31.01.2019 veröffentlicht und im Rahmen der CSI in den Folgejahren (2019-2022) umgesetzt werden.

Die Klimabilanz aus dem Basisjahr 2011 wird aktualisiert und künftig alle zwei Jahre veröffentlicht. Mit der Klimabilanz 2017 erfasst die EDEKA-Zentrale erstmals auch eine Schätzung der Treibhausgasemissionen der vor- und nachgelagerten Lieferkette von Netto.



NEWSBOX: BLICK IN DIE ZUKUNFT

Für die von Netto in den kommenden Jahren geplanten Klimaschutzmaßnahmen wurde eine Modellierung der damit verbundenen Minderungen an Treibhausgasemissionen (THG) vorgenommen. Auf dieser Grundlage wurde ermittelt, ob mit den geplanten Klima-

schutzmaßnahmen die Zielerreichung für das Jahr 2020, d.h. 30 % weniger THG-Emissionen im Vergleich zum Basisjahr 2011 auszustoßen, erreicht werden kann. Die Ergebnisse zeigen, dass man sich auf einem guten Weg befindet, das Ziel zu erreichen.



³⁶ Vgl. WWF Studie (2018): Artenschutz in Zeiten des Klimawandels. Die Auswirkungen der Erderhitzung auf die Biologische Vielfalt in den WWF-Schlüsselregionen, <https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF-Report-Artenschutz-in-Zeiten-des-Klimawandels.pdf>

³⁷ Vgl. Jungmichel / Schampel / Weiss (2017): Umweltatlas Lieferketten – Umweltwirkungen und Hot-Spots in der Lieferkette. Berlin/Hamburg: adelphi/Systain.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

- 2.1. Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2. Holz / Papier / Tissue
- 2.3. Palmöl
- 2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

- 2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

OBER- UND TEILZIELE	STATUS 30.06.2018	AUSBLICK
Oberziel		
Reduktion der Treibhausgasemissionen bezogen auf die Verkaufsfläche in Quadratmetern um 30 % bis zum Jahr 2020 und um 50 % bis zum Jahr 2025, jeweils im Vergleich zum Basisjahr 2011.	→ Die Klimabilanz 2017 wird bis Ende 2018 erstellt.	↪
Teilziele		
KLIMASCHUTZ IM UNTERNEHMEN		
Erstellung eines Maßnahmenfahrplans, der auf das Minderungsziel einzahlt bis zum 31.01.2018. Umsetzung in den Folgejahren.	↓ Aufgrund der Notwendigkeit einer tieferen Analyse in der Vorbereitung der Thematik wurde gemeinsam entschieden, den Fokus zunächst auf Bestandsaufnahme und Potenzialerhebung zu legen. Ein Maßnahmenplan wird hierauf aufsetzend erarbeitet.	↪
Flächendeckende Umrüstung auf LED-Beleuchtung und optimierte Lichtnutzung bis Ende 2018	→ Bestandsaufnahme und Baseline-Erhebung in Arbeit.	↪
Bei Neuanschaffung ausschließlich hoch-effiziente Kälteanlagen und natürliche Kältemittel einsetzen und diese Umrüstung auch in den Bestandsfilialen vorantreiben	→ Bestandsaufnahme und Potenzialerhebung sind in Arbeit.	↪
Optimierung von Logistikprozessen und Dienstreisen	→ Bestandsaufnahme und Potenzialerhebung sind in Arbeit.	↪
Ableitung weiterer Maßnahmen aus dem Energiemanagement	→ Bestandsaufnahme und Potenzialerhebung sind in Arbeit.	↪
KLIMASCHUTZ IM SORTIMENT		
Gründung einer „Climate Supplier Initiative“, für gemeinsame Klimaschutz-maßnahmen in der Lieferkette mit Akteuren der Branche. Erstellung eines Fahrplans bis zum 31.01.2019. Umsetzung des Fahrplans in den Folgejahren.	→ Vorgehensweise, Zeitplanung und nächste Schritte zur Gründung der Initiative sind abgestimmt.	↪

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

- 2.1. Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2. Holz / Papier / Tissue
- 2.3. Palmöl
- 2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5. Klima

- 2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

STATUS

Mit der Verlängerung des Partnerschaftsvertrages im Jahr 2017 wurden neue Ziele für den Bereich Klimaschutz im Unternehmen und Klimaschutz im Sortiment vereinbart. Netto legt in einem Fahrplan mit konkreten Klimaschutzmaßnahmen fest, wie sie für die eigenen Standorte einen anteiligen Beitrag zur Erreichung des verbundweiten Treibhausgasminderungsziels sicherstellen. Voraussetzung dafür ist die Status-quo-Bestimmung der Standorte. Eine solche Bestandsaufnahme ist aktuell in Arbeit.

Der Fahrplan richtet sich im Besonderen auf den Bereich Beleuchtung und strebt eine möglichst flächendeckende Umrüstung in allen Standorten auf LED und optimierte Lichtnutzung wie tageslichtabhängige Steuerung, Tageslichtnutzung, Präsenzmelder bis Ende 2018 an. Seit Beginn der Arbeit mit dem WWF im Juni 2015 wurden 500 Filialen auf neueste LED-Technik umgestellt, im Berichtszeitraum wurden über 350 Bestandsfilialen umgerüstet.

Im Bereich der Kältetechnik wird Netto bei Neuanschaffungen ausschließlich hoch-effiziente Kälteanlagen wie beispielsweise Verbundsysteme mit Wärmerückgewinnung oder Orientierung an bestverfügbarer Technologie und natürliche Kältemittel (CO₂/Propan) einsetzen und diese Umrüstung auch in den

NETTO MARKEN-DISCOUNT TESTET IN NORDDEUTSCHLAND NACHHALTIGE CO₂-TRANSPORTKÜHLTECHNOLOGIE

Als Vorreiter im deutschen Lebensmittelhandel testet das Unternehmen seit Ende 2016 einen Lastkraftwagen mit besonders innovativer CO₂-Kühltechnologie. Innerhalb des Netto-Fuhrparks kommt der LKW seither in verschiedenen Niederlassungen im praktischen Tagesbetrieb zum Einsatz. Seit Oktober 2016 setzt Netto als erstes Unternehmen in Deutschland



auch ein CO₂-Traileraggregat für seine LKW-Flotte ein. Die Besonderheit: Das Testaggregat ist eines der weltweit ersten, bei dem als Kältemittel in einem geschlossenen Kreislauf ausschließlich das natürliche Gas CO₂ eingesetzt wird. Der Vorteil von CO₂ als Kältemittel liegt in seinem wesentlich geringeren Treibhauspotenzial gegenüber herkömmlichen Kältemitteln.

Bestandsfilialen vorantreiben. Daneben wird der Plan auch für Logistikprozesse und Dienstreisen anwendbare Maßnahmen enthalten. Aus den im Rahmen des Energie-Dienstleistungsgesetzes durchgeführten Energieaudits sowie aus den Test- und Leuchtturmprojekten werden jährlich weitere Schritte abgeleitet und umgesetzt. Darüber hinaus wurden und werden Mitarbeiter geschult und durch Sensibilisierungskampagnen in das Thema eingeführt.

Ziel der Gründung einer „Climate Supplier Initiative“ ist es, auf lange Sicht klimafreundlichere und widerstandsfähigere Beschaffungsstrukturen für Lieferanten und Händler aufzubauen. Dazu sollen in der CSI Strategien und Maßnahmen entwickelt werden. Die nächsten Schritte zur Gründung sind abgestimmt und Netto wird an der Initiative teilnehmen.

NETTO MARKEN-DISCOUNT UND WWF Fortschrittsbericht 2018

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

- 2.1. Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2. Holz / Papier / Tissue
- 2.3. Palmöl
- 2.4. Soja / Nachhaltigere
Nutztierfütterung
- 2.5. Klima

2.6. Süßwasser

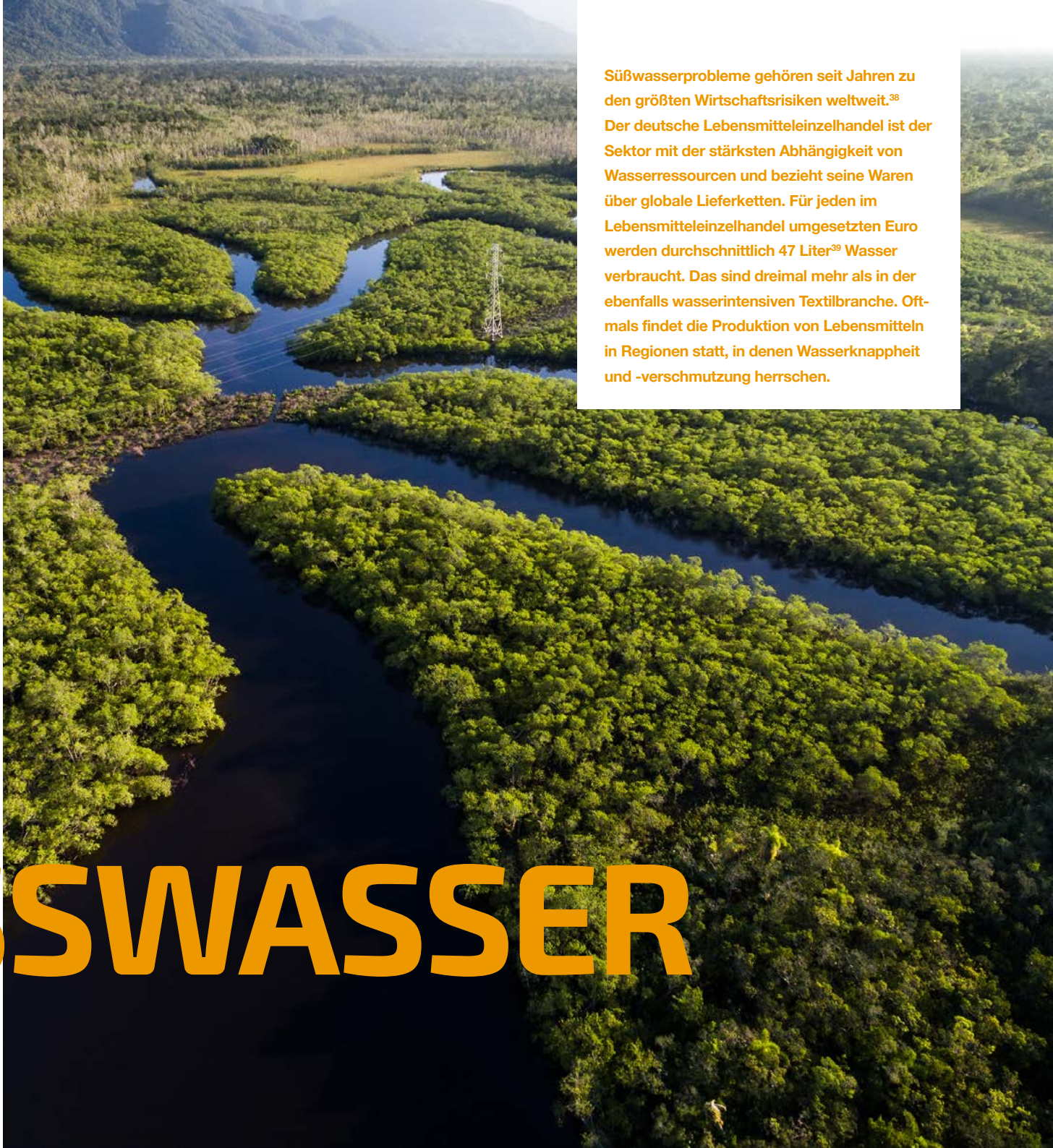
3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

Süßwasserprobleme gehören seit Jahren zu den größten Wirtschaftsrisiken weltweit.³⁸ Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel ist der Sektor mit der stärksten Abhängigkeit von Wasserressourcen und bezieht seine Waren über globale Lieferketten. Für jeden im Lebensmitteleinzelhandel umgesetzten Euro werden durchschnittlich 47 Liter³⁹ Wasser verbraucht. Das sind dreimal mehr als in der ebenfalls wasserintensiven Textilbranche. Oftmals findet die Produktion von Lebensmitteln in Regionen statt, in denen Wasserknappheit und -verschmutzung herrschen.

2.6 SÜSSWASSER



1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

- 2.1. Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2. Holz / Papier / Tissue
- 2.3. Palmöl
- 2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

ZIEL

Bis Anfang 2018 führt Netto das von EDEKA und WWF entwickelte interne, digitale Wassermanagementsystem für den Bereich Obst und Gemüse ein. Das gilt allerdings nur für Waren, die Netto über EDEKA bezieht. In der webbasierten Lösung, dem „EDEKA Wasserisiko Tool“, werden Süßwasserkriterien in die Produkthanforderungen von Obst- und Gemüselieferanten aufgenommen und die Produktionsstandorte der Lieferanten erfasst. Deren Wasserrisiko wird mit Hilfe globaler Datenmodelle ermittelt. In kritischen Fällen – mit beispielsweise Wasserknappheit oder Verschmutzung vor Ort – werden Trainings oder die Möglichkeit einer Zertifizierung über den vorbildlichen Umgang als Risikominderungsmaßnahmen empfohlen oder auch eingefordert.



Bis Anfang 2018 wird ein Verfahren für die Evaluierung der konkreten Veränderungen durch das neue Wassermanagement entwickelt und Mitte 2018 erstmals durchgeführt.

In einem Pilotprojekt zum Zitrusfrüchte-Anbau will EDEKA in Spanien einen Zulieferer durch

das Wasser-Umweltsiegel der Alliance for Water Stewardship (AWS) zertifizieren.⁴⁰ Im Zitrusprojekt werden auf allen teilnehmenden Fincas Maßnahmen auf dem Feld wie beispielsweise die Installation von Bodenfeuchtigkeitssonden sowie in den betroffenen Flussgebieten umgesetzt.

³⁸ Vgl. World Economic Forum – The Global Risk Report 2018.

³⁹ Vgl. Jungmichel / Schampel / Weiss (2017): Umweltatlas Lieferketten – Umweltwirkungen und Hot-Spots in der Lieferkette. Berlin/Hamburg: adelphi/Systain.

⁴⁰ Der AWS-Standard ist ein Nachhaltigkeitsstandard, nach dem sich Betriebe zertifizieren lassen können. Er beinhaltet nicht nur Kriterien für die Wassernutzung innerhalb des Betriebs. Als erster Standard verpflichtet er Betriebe zur intensiven Auseinandersetzung mit den Wasserrisiken im Flussgebiet, beinhaltet die Umsetzung einer konsistenten Strategie zur Risikoreduktion und fordert die Zusammenarbeit mit anderen Wassernutzern, Interessengruppen und Behörden ein.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	STATUS 30.06.2018	AUSBLICK
Reduktion von Wasserrisiken auf Flussgebietsebene und Farmebene		
Anteil der im EDEKA Wasserrisiko Tool erfassten Umsatzmengen an Gesamtumsatzmengen des Fruchtkontors für Netto (Risikotransparenz)	➔ Ein erster Pilotlieferant hat seine Erzeugerbetriebe (über 300 Betriebe) im Tool erfasst.	🔗
Anteil der Umsatzmengen mit vollständiger Nachweiserbringung an Gesamtumsatzmengen des Fruchtkontors für Netto (Risikoreduktion)	➔ Ein erster Pilotlieferant hat veranlasst, dass einige seiner Erzeugerbetriebe an einem AWS-Training teilgenommen haben.	🔗

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

- 2.1. Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2. Holz / Papier / Tissue
- 2.3. Palmöl
- 2.4. Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5. Klima

2.6. Süßwasser

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

TEILZIEL	STATUS 30.06.2018	AUSBLICK
Internes Wassermanagementsystem		
Abschluss Pilotphase des internen Wassermanagementsystems bis Anfang 2018 (Wasserrisiko Tool)	↑ Das Wasserrisiko Tool ist fertig entwickelt und wurde mit einem Pilotlieferanten getestet.	✓
Implementierung des internen Wassermanagementsystems im Fruchtkontor bis Ende 2018	↗ Das Wasserrisiko Tool ist fertig entwickelt und wurde mit einem Pilotlieferanten getestet.	↪
AWS-Implementierung mit Pilotproduzent in Spanien	↗ Ein Pilotproduzent für Zitrusfrüchte in Spanien hat die AWS-Zertifizierung mit Gold Status erreicht.	✓
Entwicklung einer Monitoringstruktur für das Wassermanagementsystem	↑ Die Monitoringstruktur wurde entwickelt und ein erstes Monitoring testweise durchgeführt.	↪
Reduktion von Wasserrisiken in Projekten		
Wassermanagement und Water Stewardship im Zitrusprojekt in Spanien	↗ Ein Pilotproduzent für Zitrusfrüchte in Spanien hat die AWS-Zertifizierung mit Gold Status erreicht. Sieben weitere Betriebe haben sich den Prinzipien des Water Stewardship verpflichtet.	↪

STATUS

Zum Stichtag 30.06.2018 wurde das interne Wassermanagementsystem im EDEKA-Obst- und Gemüse-einkauf eingeführt. Das Wasserrisiko Tool wurde Anfang 2018 live geschaltet und mit einem ersten Lieferanten für Bio-Bananen getestet. Ergebnis waren neben dem erfolgreichen Funktionstest die Erfassung von mehr als 300 Anbaubetrieben und die Teilnahme einiger Produzenten an Trainings der Alliance for Water Stewardship in den Anbauregionen. Der EDEKA-Verband und der WWF haben zudem einen Plan zum weiteren Ausrollen des Tools im Obst- und Gemüse-einkauf der

verbundinternen Fruchtkontore erstellt und eine Methodik zur Fortschrittsmessung von Netto entwickelt. Folgende Indikatoren werden ab dem nächsten Jahr ermittelt:

Risikotransparenz: Anteil der im Wasserrisiko Tool erfassten Umsatzmengen am Gesamtumsatz des Fruchtkontors für Netto
Risikoreduktion: Umsatzanteil mit vollständiger Nachweiserbringung am Gesamtumsatz des Fruchtkontors für Netto

Alle Indikatoren beziehen sich auf die Produktion in wasserkritischen Herkunftsländern.

Bei einem Pilotbetrieb aus dem gemeinsamen Zitrusprojekt (Kapitel 3) wurde der AWS-Standard eingeführt. Im Juni 2018 konnte sich der Betrieb mit dem AWS-Gold-Status zertifizieren: Er ist der erste AWS-zertifizierte landwirtschaftliche Betrieb in Europa überhaupt und weltweit der Dritte, der Gold erreicht. Mit der Zertifizierung bestätigt eine unabhängige Stelle, dass die Orangenfinca Wasser sparsam einsetzt, ihre Wasserbilanz verbessert, darauf achtet, Verschmutzungen zu vermeiden und das Ökosystem schützt. Sieben weitere Betriebe haben sich dem Projekt angeschlossen und den Prinzipien des Water Stewardship verpflichtet.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
- 3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange**
4. Produktbezogene Kommunikation
5. Bestätigungsvermerk

3. GEMEINSAMES PROJEKT FÜR EINE BESSERE ORANGE

Betrachtet man die Produktion von Lebensmitteln vom Feld bis zur Ladentheke, so treten viele negative Umweltfolgen bereits in der ersten Stufe der Wertschöpfung auf. Sie sind je nach Agrarrohstoff, Produktionsland und der Produktionsweise unterschiedlich. Zum Teil bestehen je nach Erzeugnis keine marktfähigen Lösungsansätze, beispielsweise in Form von Standards, obwohl großer Handlungsbedarf besteht. Der EDEKA-Verbund und WWF haben sich daher dazu entschlossen, gemeinsame Projekte umzusetzen, die auf Ebene des Anbaus beginnen. Die Produkte aus dem Zitrusprojekt werden im Verbund vermarktet.



1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
3. **Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange**
4. Produktbezogene Kommunikation
5. Bestätigungsvermerk

Andalusien besitzt artenreiche Ökosysteme, ist wichtiges Durchzugsgebiet für Zugvögel und eines der letzten Rückzugsgebiete von bedrohten Tierarten wie dem Iberischen Luchs oder dem Spanischen Kaiseradler. Gleichzeitig ist es ein Zentrum des Obst- und Gemüseanbaus in Europa, was in den vergangenen Jahrzehnten zu einer massiven Übernutzung der natürlichen Wasserressourcen durch die Landwirtschaft geführt hat. Aber auch die flächenintensive,

unsachgemäße Nutzung von Agrochemikalien und die damit verbundene Verschmutzung des Grundwassers sowie der Verlust von Bodenfruchtbarkeit und Biodiversität werden mit dem konventionellen Anbau in der spanischen Region assoziiert.

Im Vergleich zu anderen Bezugsländern verursacht der Anbau von Orangen und Mandarinen in Andalusien die mit Abstand höchsten Umwelt-

kosten, insbesondere aufgrund der dortigen Wasserknappheit. Im Jahr 2015 fassten WWF und EDEKA den Entschluss, ein Projekt zur Verbesserung des Anbaus dieser Zitrusfrüchte ins Leben zu rufen. Begonnen wurde mit dem Lieferanten Iberhanse auf der Finca Iberesparragal.

Im Herbst und Winter 2016/17 konnten ausgewählte Supermärkte aus dem EDEKA-Verbund erstmals mit Orangen und Mandarinen der Pilotfarm Iberesparragal beliefert werden. Die Finca hatte zuvor mit Unterstützung von WWF und EDEKA verschiedene Maßnahmen, orientiert an den Projektzielen, umgesetzt und damit ihren konventionellen Anbau nachhaltiger gestaltet.

Die Partner wollten jedoch auch über die Grenzen der Pilotfarm hinaus positive Veränderungen bei anderen Zitrusbauern anstoßen. Außerdem sollte das Angebot an nachhaltiger produzierten Orangen und Mandarinen deutschlandweit in Märkten des Verbundes erhöht werden. Daher beschlossen die Partner, das Projekt auszuweiten. Nach Prüfung verschiedener Kandidaten wurden im Frühjahr 2017 sieben zusätzliche Zitrusfarmen aufgenommen. Nach einer Fortschrittsevaluierung der neuen Farmen stand fest, dass auch ihre Zitrusfrüchte mit dem Projekt-Branding vermarktet werden dürfen. Im Herbst und Winter 2017/18 wurden Netto-Märkte zusätzlich aktionsbasiert sowie EDEKA-Märkte bundesweit beliefert.

ALLGEMEINE PROJEKTINFORMATIONEN

Projektname	„Zitrusprojekt“: Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange und eine bessere Mandarine
Anbauregion	Andalusien, Spanien – im Wassereinzugsgebiet des Flusses Guadalquivir
Projektziele	Schwerpunkte im Anbau der Zitrusfrüchte: <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigere Wassernutzung auf den Farmen und im Flussgebiet • Nachhaltigerer Pflanzenschutz • Erhalt und Förderung von Biologischer Vielfalt und Ökosystemen • Maßnahmen der guten landwirtschaftlichen Praxis (nachhaltigerer Düngemiteleinsatz / Förderung der Bodenfruchtbarkeit).
Anzahl Projektfarmen	2016: 1 Orangenplantage 2017: 8 Orangenplantagen (davon auf zwei auch Anbau von Mandarinen)
Anbaufläche insgesamt	2016: 167 Hektar 2017: 571 Hektar
Vermarktung	Saison 2016/17: in ausgewählten Märkten des Verbunds Saison 2017/18: deutschlandweit im Verbund verfügbar

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
3. **Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange**
4. Produktbezogene Kommunikation
5. Bestätigungsvermerk

PROJEKTFORTSCHRITTE 2017

NACHHALTIGERE WASSERNUTZUNG AUF DEN FARMEN UND IM FLUSSGEBIET

MAßNAHMEN UND ERGEBNISSE 2017

Alle Produzenten verpflichten sich, den Wasserverbrauch für die Bewässerung ihrer Plantagen tagesgenau zu dokumentieren und die staatlich vergebenen Wasserkonzessionen einzuhalten. Um die illegale Wassernutzung auf den Farmen auszuschließen, werden Brunnen ohne Wasserkonzession geschlossen. Zudem wird die Basis für gezielte Verbesserungen gelegt, zum Beispiel durch die Installation von Bodenfeuchtigkeitssonden bei überdurchschnittlich hohem Wasserverbrauch.

Durch Optimierungsmaßnahmen konnte die Pilotfarm Iberesparragal in einem Jahr mehr als 211 Millionen Liter Wasser einsparen. Darüber hinaus wurde sie als erster Landwirtschaftsbetrieb in Europa erfolgreich mit dem AWS-Gold-Status zertifiziert, der weltweit erst zum dritten Mal vergeben wurde. Der Standard der Alliance for Water Stewardship unterstützt Produzenten dabei, gemeinsam mit anderen Akteuren ein nachhaltigeres Wassermanagement im lokalen Flussgebiet

umzusetzen. Der Betrieb Iberesparragal engagiert sich über seine Betriebsgrenzen hinaus, steht mit anderen Nutzern, Behörden und Akteuren im Austausch und bewegte weitere Landwirte zur Umsetzung der AWS-Prinzipien. Mit der Zertifizierung haben unabhängige Prüfer bestätigt, dass die Finca Wasser sparsam einsetzt, Verschmutzungen vermeidet und somit das Ökosystem und die Region schützt.

BETRACHTUNGSZEITRAUM FÜR PILOTFARM IBERESPARAGAL	WASSERNUTZUNG: HÖHE JÄHRLICHE GESAMTKONZESSION	TATSÄCHLICHER JÄHRLICHER WASSERVERBRAUCH	INGESPARTES WASSER
Okt. 2016-Sept. 2017	1.202.700 m ³	991.214 m ³	211.486 m ³ (entspricht mehr als 211 Mio. Liter)

Tabelle 6: Wassernutzung und Einsparung im Betrachtungszeitraum 10/2016-09/2017.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
3. **Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange**
4. Produktbezogene Kommunikation
5. Bestätigungsvermerk

NACHHALTIGERER PFLANZENSCHUTZ

MAßNAHMEN UND ERGEBNISSE 2017

Mit dem Eintritt ins Zitrusprojekt verpflichten sich alle Produzenten, den eigens entwickelten Pestizidplan zu befolgen. Er ist durch die Kooperation von Experten aus verschiedenen Fachbereichen entstanden und musste sich vorher ein Jahr in der Praxis bewähren. Dadurch werden zum Beispiel besonders gefährliche beziehungsweise kritische Pflanzenschutzmittel verboten und durch weniger kritische Stoffe ersetzt. Als erste Orientierung diente hier die PAN International List of Highly Hazardous Pesticides des Pesticide Action Network (PAN). Die Notwendigkeit, Pflanzenschutzmittel einzusetzen, wird aber auch durch verbesserte landwirtschaftliche Praktiken, wie beispielsweise die Förderung von Nützlingen, reduziert.

	EINGESETZTE AKTIVE WIRKSTOFFE ⁴¹ IN KG/L		TOXISCHE BELASTUNG/HEKTAR	
	Pilotfarm	7 neue Farmen	Pilotfarm	7 neue Farmen (Durchschnitt pro Farm)
Baseline	1.787	5.931	540	908
(Jahr vor Projektstart)	(2014)	(2016)	(2014)	(2016)
2017	396	2.642	156	313
Eingesparte Menge Wirkstoffe (in kg/l)	1.391	3.289	0	0

Tabelle 7: Entwicklung des Einsatzes aktiver Wirkstoffe und toxischen Belastung 2014-2017.

⁴¹ Ein Pestizid besteht in der Regel aus mehreren verschiedenen Inhaltsstoffen, von welchen nicht alle ökologisch bedenklich sind, wie zum Beispiel Wasser. Die toxischen Substanzen eines Pestizids, welche entsprechend negative Auswirkungen auf unsere Umwelt haben, werden als aktive Wirkstoffe bezeichnet. Mit dieser Differenzierung kann deutlich präziser analysiert werden, welchen toxischen Mengen unsere Umwelt tatsächlich ausgesetzt ist. Aus diesem Grund sprechen wir in unserem Projekt nicht von einem Pestizideinsatz, sondern von dem Einsatz aktiver Wirkstoffe. Die Summe dieser aktiven Wirkstoffe bezeichnen wir als toxische Gesamtbelastung beziehungsweise Toxic Load.

NETTO MARKEN-DISCOUNT UND WWF

Fortschrittsbericht 2018

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

Durch die Umsetzung des Pestizidplans konnten auf den acht Projektfarmen 2017 4.680 Kilo beziehungsweise Liter aktive Wirkstoffe eingespart werden. Umstrittene Wirkstoffe wie Glyphosat, Imidacloprid oder Chlorpyrifos, die die Biodiversität in besonderem Maße beeinflussen, kommen nicht zum Einsatz.

Während auf der Pilotfarm ein Jahr vor Projektstart im Jahr 2014 noch 1.787 kg/l aktive Wirkstoffe eingesetzt wurden, waren es 2017 nur noch 396 kg/l. Damit einher geht – dank der Befolgung des Pestizidplans – eine klare Verringerung der toxischen Gesamtbelastung („Toxic Load“) durch die eingesetzten Stoffe. Der „Toxic Load“ lag 2014 bei der Pilotfarm bei 540 pro Hektar. 2017 konnte er bereits auf 156 reduziert werden. Auch bei den im Jahr 2017 neu hinzugekommenen Plantagen ist eine vergleichbare Tendenz zu erkennen: Durch die Umsetzung des Pestizidplans konnte der durchschnittliche „Toxic Load“ von 908 pro Hektar im Jahr vor Projektstart auf 313 pro Hektar im ersten Projektjahr verringert werden.



WIE MESSEN WIR DIE TOXISCHE BELASTUNG/DEN TOXIC LOAD INDICATOR (TLI)?:

Um die toxische Belastung im Projekt berechnen zu können, arbeiten wir mit dem Toxic Load Indicator (TLI). Der TLI ist ein Indikator, der die Toxizität, also die Giftigkeit eines Wirkstoffs bezogen auf einen lebenden Organismus, bewertet und sich somit nicht alleinig auf die eingesetzte Menge eines Pestizids bezieht.

Zur Ermittlung der toxischen Belastung liegt dem TLI eine Klassifizierung von Wirkstoffen zugrunde, die in einem Pestizid eingesetzt werden. Die Klassifizierung betrachtet hierbei sowohl die Auswirkungen u.a. auf die Menschen, Säugetiere und die weitere Umwelt. Für jeden Wirkstoff kann sich so eine maximale Wertung bis 200 ergeben. Je höher der Wert, desto toxischer ist auch der Wirkstoff. Im Zitrusprojekt kommen mittlerweile keine Pflanzenschutzmittel mehr mit einem Toxic Load von über 100 zum Einsatz.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
3. **Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange**
4. Produktbezogene Kommunikation
5. Bestätigungsvermerk

BIOLOGISCHE VIELFALT UND ÖKOSYSTEME

MAßNAHMEN UND ERGEBNISSE 2017

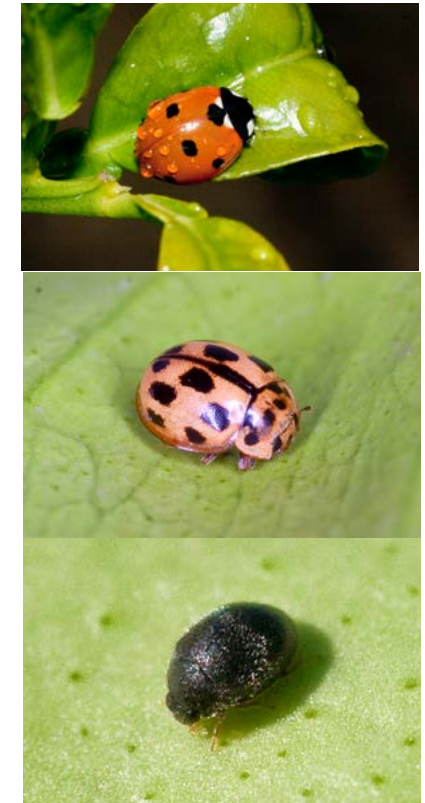
Auf allen Projektfarmen werden die Bodenvegetation sowie die ökologische Infrastruktur gefördert, um Refugien für Flora und Fauna zu schaffen und das Aufkommen von Nützlingen gezielt zu verbessern. In einem wöchentlichen Monitoring der auf den Plantagen vorkommenden Schädlinge und Nützlinge wird deren Entwicklung verfolgt und – wenn nötig – rechtzeitig eingegriffen. Zeigen sich Läuse auf den jungen Bäumen, wird geprüft, ob die „dazugehörigen“ Fressfeinde wie Marienkäfer oder Florfliegenlarven die Situation unter Kontrolle bringen können. Erst wenn tatsächlich Schadschwellen erreicht werden, die durch Nützlinge nicht mehr biologisch kontrolliert werden und die Produktion gefährden, schreiten die Produzenten mit chemischen Pflanzenschutzmitteln, orientiert am Pestizidplan, ein.

	2015	2017
Anzahl verschiedener Marienkäfer-Arten auf der Pilotfarm	5	16
Anzahl verschiedener Marienkäfer-Arten auf den restlichen 7 Farmen	n.a.	5

Tabelle 8: Anzahl verschiedener Marienkäferarten auf den Farmen.

Die Marienkäfer „Coccinellidae“ wurden im Projekt als Bio-Indikator ausgewählt, da sie zum einen ganz natürlich Schädlinge bekämpfen und sich zum anderen unterschiedlichen Lebensräumen anpassen können. Darüber hinaus sind Marienkäfer sehr anfällig für mikroklimatische oder physische Veränderungen sowie chemische Verunreinigungen. Eine Betrachtung der Marienkäferbestände eignet sich daher besonders gut, um die Veränderungen der Plantagen im Laufe der Zeit zu beobachten.

Auf der Pilotfarm konnten im ersten Projektjahr insgesamt fünf verschiedene Arten Marienkäfer nachgewiesen werden – inzwischen sind es 16 verschiedene Spezies. Auf den neu hinzugekommenen Farmen wurde 2017 erst einmal eine Bestandsaufnahme der vorhandenen Arten gemacht. Dabei konnten auf zwei der sieben Farmen keine Marienkäfer gefunden werden, auf vier nur eine Art. Lediglich eine Farm stach hervor: Auf dieser konnten bereits vier verschiedene Arten identifiziert werden.



Fotos: Jesus Quintano Sanchez

Von oben nach unten: Neben dem bekannten Siebenpunkt-Marienkäfer sind auch weniger bekannte wie der Vierzehnpunkt-Marienkäfer dabei. Der Schwarze Kugelmarienkäfer „Stethorus pusillus“ gehört mit nur 1,2 bis 1,5 Millimeter Länge zu den kleinsten Vertretern seiner Familie. Er ernährt sich ausschließlich von Spinnmilben und kommt daher auch in Gewächshäusern zur biologischen Schädlingsbekämpfung gegen die Gemeine Spinnmilbe zum Einsatz. Auf drei der Projektplantagen (inkl. der Pilotfarm) wurde „Stethorus pusillus“ in 2017 gesichtet.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange
4. Produktbezogene Kommunikation
5. Bestätigungsvermerk

AUF WELCHEN PRODUKTEN BEFINDET SICH DAS WWF-LOGO?

- Auf Netto-Eigenmarkenprodukten, die vom WWF anerkannte Nachhaltigkeitsstandards (EU-Bio-Verordnung, Naturland, Bioland oder vergleichbare Bioverbände, MSC, FSC®, Blauer Engel) nachweisen und durch unabhängige Prüforganisationen zertifiziert worden sind: Sogenanntes Co-Branding.
- Auf Produkten, die einem gemeinsamen Projekt entstammen (Zitrusfrüchte): Sogenanntes Projekt-Branding.
- Auf Produkten, die weitere Standards erfüllen. Statt WWF-Logo wird ein Hinweis zum Standard mit WWF-Empfehlung auf dem Produkt gegeben: Sogenanntes Co-Claming.



4. PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

4.1. Status Co-Branding

4.2. Projekt-Branding

4.3. Co-Claiming und Verbraucherhinweise

5. Bestätigungsvermerk

Das WWF-Logo auf Eigenmarkenprodukten von Netto weist als zusätzliche Orientierungshilfe auf nachhaltigere Produkte hin. Alle Netto-Eigenmarkenprodukte, die MSC-, FSC®-, Blauer Engel- oder Bio-zertifiziert sind, können grundsätzlich das WWF-Logo neben dem Siegel des jeweiligen Standards erhalten. Da die EU-Bio-Verordnung Lücken bei der Ver-

ankerung von Wasser- und Sozialkriterien aufweist, werden bei EU-Bio-Produkten zusätzlich noch die regionalen oder lokalen Wasserrisiken sowie die Sozialrisiken auf Länderebene geprüft. Weist ein Produkt bei seinen Inhaltsstoffen Rohwaren aus einem Herkunftsgebiet mit potenziellem Wasserrisiko auf, wird beispielsweise der WWF-Wasserrisikofilter zu Rate gezogen.

Besteht das Produkt diesen zusätzlichen Test, kann es mit einem WWF-Logo versehen werden. Durch die zusätzlichen Prüfschritte wird mehr Transparenz über die Lieferketten erzielt. Liegen hohe Wasser- oder Sozialrisiken vor, werden diese wo möglich durch zusätzliche Standards ergänzt, um so eine Verbesserung in der Lieferkette zu erzielen.

4.1 STATUS CO-BRANDING

Zum 30.06.2018 wurden insgesamt 222 Produkte ermittelt, die ein Co-Branding tragen. Davon sind 143 Bio-, 56 MSC-, 11 FSC®-zertifiziert und 12 Produkte mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Für die Erhebung der co-gebrandeten Produkte muss berücksichtigt werden, dass ein Produkt von verschiedenen Herstellern geliefert werden kann. Wenn die Ware eines Lieferan-

ten die Co-Branding-Anforderungen erfüllt, erscheint es als co-gebrandetes Produkt im Fortschrittsbericht – auch dann, wenn nicht alle Lieferanten des Produktes die Co-Branding-Anforderungen erfüllen. In den Netto-Märkten hingegen finden sich nur mit WWF-Logo versehene Produkte, bei denen Lieferanten die Co-Branding-Anforderungen erfüllen.

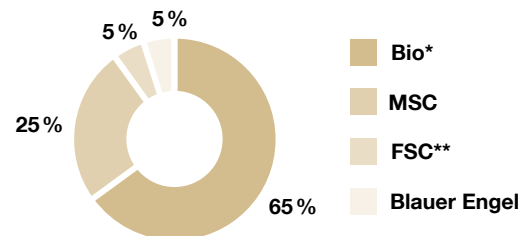


Abbildung 4: Anteil aller Netto-Eigenmarkenprodukte mit Co-Branding, aufgeteilt nach Nachhaltigkeitsstandards, die der WWF anerkennt (Stand 30.06.2018).

* Vom WWF für das Co-Branding anerkannte Bio-Standards (EU-Bio-Verordnung, Naturland, Bioland oder vergleichbare Bioverbände)
 ** FSC® 100 % für Holzprodukte; FSC® Recycled für Tissue- und Papierprodukte.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange
4. Produktbezogene Kommunikation
 - 4.1. Status Co-Branding
 - 4.2. Projekt-Branding
 - 4.3. Co-Claiming und Verbraucherhinweise
5. Bestätigungsvermerk

WELCHE SCHRITTE DURCHLÄUFT EIN BIO-PRODUKT BIS ZUM CO-BRANDING MIT WWF LOGO?

Grundvoraussetzung für das Co-Branding einer Netto-Eigenmarke ist der Nachweis, dass das Produkt einen vom WWF anerkannten Standard erfüllt. Für die Abwicklung aller inhaltlichen sowie layoutspezifischen Anforderungen haben der Verbund und WWF ein Online-Tool entwickelt. Dieses Tool ermöglicht es, transparent alle Prüfprozesse sowie Nachweise und Informationen zum Produkt sowie den dazugehörigen Lieferanten abzubilden.

Konkret erläutern lässt sich dies exemplarisch anhand des Netto-Eigenmarkenproduktes „BioBio Basis Müsli Cereal Mix“: Netto lädt alle Produkt- und Lieferanteninformationen sowie Nachweise, also beispielsweise vorliegende GlobalG.A.P.- oder andere Zertifizierungen des

Lieferanten, in das Co-Branding Tool. Handelt es sich wie beim Basis Müsli Cereal Mix um ein Produkt, welches die EU-Bio-Verordnung erfüllt, prüft der WWF die einzelnen Bestandteile des Produkts sowie zusätzlich die regionalen oder lokalen Wasserrisiken sowie die Sozialrisiken auf Länderebene. Die prüfrelevanten Rohstoffe, Weizen- und Haferflocken, stammen aus Deutschland, Ungarn, Polen, Estland, Litauen, Lettland, Tschechien, Slowakei, Österreich, Schweden, Finnland und Dänemark. Bei Wasser- oder Sozialrisiken gemäß WWF-Bewertungsmethodik nach Wasserrisikofilter (www.waterrisikofilter.panda.org) und BSCI Länderrisikoliste beruhend auf den Worldwide-Governance-Indikatoren der Weltbank werden einerseits zusätzliche Zertifikate vom Lieferanten angefordert (z.B. GlobalG.A.P. oder Nachweise über die Einhaltung von Social-Compliance-Standards), andererseits wird in Zusammenarbeit mit Netto und den Lieferanten an alternativen Bezugsquel-



len gearbeitet. Da im Beispielprodukt bei allen Herkunftsländern der Rohstoffe die Wasser- und Sozialrisiken vergleichsweise gering sind und durch Gesetzgebungen relativ gut abgedeckt werden, müssen keine zusätzlichen Zertifikate angefordert werden. Sobald alle Prüfungen erfolgreich abgeschlossen sind, erhält das Produkt die Freigabe für das Co-Branding mit WWF-Logo und wird dann zu einem der Nachhaltigkeitswegweiser im Netto-Bio-Sortiment.

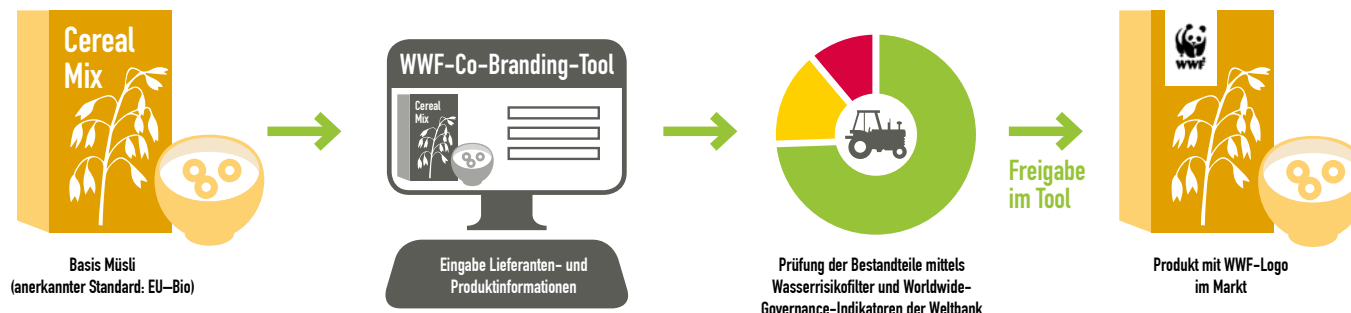


Abbildung 5: Darstellung des Prüfprozesses beim Co-Branding.

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
3. **Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange**
4. **Produktbezogene Kommunikation**
 - 4.1. Status Co-Branding
 - 4.2. **Projekt-Branding**
 - 4.3. **Co-Claiming und Verbraucherhinweise**
5. **Bestätigungsvermerk**

4.2 PROJEKT-BRANDING

Im Rahmen der Partnerschaft bezieht Netto Ware aus einem Projekt zur Verbesserung des Anbaus, das konventionelle Orangen und Mandarinen liefert. Die Kennzeichnung der dort produzierten Ware besteht aus dem WWF-Logo in Verbindung mit einem Claim. Dieser Claim verdeutlicht den Projektcharakter und stellt den konkreten Bezug her: „Netto und WWF Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange.“



4.3 CO-CLAIMING UND VERBRAUCHERHINWEISE

Neben dem Co-Branding in Verbindung mit den vom WWF anerkannten Umweltstandards weisen produktbezogene Texthinweise auf weitere Standards hin. Da diese seitens des WWF nicht für das Co-Branding anerkannt sind, erfolgt hier ein rein textlicher Hinweis.

Darüber hinaus tragen zum Stichtag 30.06.2018 21 FSC®-Mix- Hygiene-Produkte aus Tissue einen Verbraucherhinweis mit WWF-Logo.



1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange
4. Produktbezogene Kommunikation
5. Bestätigungsvermerk

5. BESTÄTIGUNGSVERMERK

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

An den Vorstand der WWF Deutschland Stiftung bürgerlichen Rechts, Berlin

Wir haben die ausgewählten quantitativen Angaben in Tabelle 1 auf Seite 13 zum Thema Fisch und Meeresfrüchte, Tabelle 2 auf Seite 17 zum Thema Holz | Papier | Tissue, Tabelle 3 auf Seite 21 zum Thema Palmöl, Tabelle 4 auf Seite 26 und Tabelle 5 auf Seite 27 zum Thema Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung sowie in Abbildung 1 und 2 auf Seite 12 zum Thema Fisch und Meeresfrüchte, Abbildung 3 auf Seite 21 zum Thema Palmöl, Abbildung 4 auf Seite 42 zum Thema Co-Branding (im Folgenden: „ausgewählte quantitative Angaben“) in dem von der WWF Deutschland Stiftung bürgerlichen Rechts, Berlin (im Folgenden der „WWF Deutschland“) erstellten Fortschrittsbericht über die Kooperation zwischen WWF Deutschland und Netto Marken-Discount AG & Co. KG, Maxhütte-Haidhof, für das Projektjahr 2017/2018 (im Folgenden „Bericht“) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter des WWF Deutschland sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts und die Ermittlung und Darstellung der ausgewählten quantitativen Angaben in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien. Die angewandten Berichtskriterien orientieren sich an den in den Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Prinzipien (Genauigkeit, Ausgewogenheit, Verständlichkeit, Vergleichbarkeit, Zuverlässigkeit und Aktualität) in Verbindung mit internen Richtlinien (im Folgenden: „Berichtskriterien“).

Die Verantwortung der gesetzlichen Vertreter von WWF Deutschland umfasst zum einen die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Berichterstattung der ausgewählten quantitativen Angaben sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen ausgewählten quantitativen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen quantitativen Angaben ist.

Erklärung des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Unsere Prüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie den IDW Qualitätssicherungsstandard: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1).

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die einleitend beschriebenen ausgewählten quantitativen Angaben im Bericht abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised):

1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

2. Die Fortschritte in den Themenfeldern

3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

4. Produktbezogene Kommunikation

5. Bestätigungsvermerk

„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 wir mit einer begrenzten Sicherheit beurteilen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die einleitend beschriebenen ausgewählten quantitativen Angaben für das Projektjahr 2017/2018 nicht in Übereinstimmung mit den relevanten Berichtskriterien aufgestellt worden sind. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder quantitativen Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird. 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 Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

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

- Aufnahme des Aufstellungsprozesses des Berichts und zugehörigem internen Kontrollsystem

- Aufnahme der Methoden und Einschätzung der Konzeption und Implementierung von Systemen und Prozessen für die Datenerhebung und -verarbeitung
- Durchführung von Besuchen vor Ort zur Prozessaufnahme und Analyse zu ausgewählten quantitativen Angaben.
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends
- Einsichtnahme in ausgewählte interne und externe Dokumente zu ausgewählten quantitativen Angaben im Bericht
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der ausgewählten quantitativen Angaben im Bericht, die in unseren Auftragsgegenstand fallen.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die ausgewählten quantitativen Angaben in dem vom WWF Deutschland erstellten Bericht, für das Projektjahr 2017/2018, in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind.

Verwendungsbeschränkung/AAB-Klausel

Dieser Vermerk ist an den Vorstand des WWF Deutschland gerichtet und ausschließlich für

diesen bestimmt. Gegenüber Dritten übernehmen wir insoweit keine Verantwortung.

Dem Auftrag, in dessen Erfüllung wir vorstehend benannte Leistungen für den Vorstand des WWF Deutschland erbracht haben, lagen die Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in der Fassung vom 1. Januar 2017 zugrunde (<https://www.kpmg.de/bescheinigungen/lib/aab.pdf>). Durch Kenntnisnahme und Nutzung der in diesem Vermerk enthaltenen Informationen bestätigt jeder Empfänger, die dort getroffenen Regelungen (einschließlich der Haftungsbeschränkung auf EUR 4 Mio für Fahrlässigkeit in Ziffer 9 der AAB) zur Kenntnis genommen zu haben, und erkennt deren Geltung im Verhältnis zu uns an.

München, den 06. Mai 2019

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hell ppa.
Dollhofer