



NETTO MARKEN-
DISCOUNT UND
WWF SIND
PARTNER FÜR
NACHHALTIGKEIT



Netto Marken-Discount und WWF Strategische Partnerschaft

Fortschrittsbericht 2016



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

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

Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

Netto Marken-Discount ist 2015 in die bestehende Partnerschaft für Nachhaltigkeit von EDEKA und der Umweltstiftung WWF Deutschland eingetreten.

Die EDEKA-Tochter Netto hat aber bereits im Rahmen der 2009 gestarteten Kooperation von EDEKA und WWF zum Thema Nachhaltige Fischerei die dort hinterlegten Zielsetzungen mitgetragen und umgesetzt.

Seit Juni 2012 arbeiten EDEKA und WWF im Rahmen einer strategischen Partnerschaft für Nachhaltigkeit zusammen. Beruhend auf dem gemeinsamen Wunsch, Natur und Ressourcen zu schützen und für kommende Generationen zu bewahren, wurde im November 2014 beschlossen, die Partnerschaft langfristig fortzusetzen und auf Netto Marken-Discount auszudehnen. Ziel ist neben der Reduktion des ökologischen Fußabdrucks von EDEKA und Netto Marken-Discount die Förderung des nachhaltigen Konsums bei Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Zur besseren Orientierung und als Unterstützung bei der Wahl nachhaltigerer Produkte können Eigenmarken-Produkte, die vom WWF anerkannte ökologische Standards wie EU-Biosiegel, MSC, FSC® oder Blauer Engel erfüllen und entsprechend der Kriterien unabhängiger Prüforganisationen zertifiziert sind, zusätzlich das WWF-Panda-Logo tragen.

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

www.netto-online.de/wwf

www.wwf.de/netto



Die Ermittlung des Fortschritts

Im Rahmen der strategischen Partnerschaft zwischen EDEKA und dem WWF wird an der Erweiterung des Angebotes an nachhaltigeren Produkten und der Förderung des nachhaltigeren Konsums gearbeitet. Netto Marken-Discount ist seit Juli 2015 in alle Themenfelder der Partnerschaft eingetreten. In allen Themenbereichen, in denen die gesetzten Ziele zu quantifizierbaren Ergebnissen führen, wird der Fortschritt auch für Netto ermittelt und in diesem Bericht zusammengeführt. Dies sind:

- **Fisch und Meeresfrüchte¹**
- **Holz, Papier und Tissue**
- **Palmöl**
- **Klima**

Die Umstellung des Eigenmarkensortiments auf nachhaltigere Alternativen ist wesentlicher Bestandteil der Zusammenarbeit. Das Monitoring ermittelt, wie viele Produkte in den beschriebenen Themenfeldern bereits umgestellt wurden und erfasst diese auf Basis der Netto-Sortimentsliste einmal jährlich zum 30.06.

Die Bewertung erfolgt im Themenbereich Fisch und Meeresfrüchte durch einen Vergleich mit der ermittelten Ausgangssituation („Baseline“) zum Zeitpunkt der Fortschrittmessung, wodurch eine Betrachtung des Fortschritts gegenüber dem Vorjahr möglich ist. In allen übrigen Themenfeldern wird in diesem Jahr jeweils die Basis für die Fortschrittsermittlung der kommenden Jahre erstellt und die Ergebnisse in diesem ersten Fortschrittsbericht für Netto Marken-Discount zusammengeführt. Ergänzende Informationen zur strategischen Partnerschaft für Nachhaltigkeit sind im Fortschrittsbericht von EDEKA und WWF enthalten. Dieser stellt bereits seit 2013 die Ergebnisse des Monitorings zur Messung der Zielerreichung und der Fortschritte in den einzelnen Themenfeldern umfassend dar.

Externe Prüfung des Projektfortschritts

Die Vertragsparteien haben sich auf die Überprüfung des Monitorings durch eine unabhängige Prüfungsgesellschaft verständigt. Im Rahmen der externen Prüfung werden die in diesem Bericht gemachten quantitativen Angaben dahingehend geprüft, ob Sachverhalte vorliegen, die zu der Annahme veranlassen, dass diese Angaben nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit, Ausgewogenheit, Aktualität und Vollständigkeit erstellt worden sind.²

¹Seit Beginn der Zusammenarbeit von Netto Marken-Discount und WWF im Themenfeld Fisch und Meeresfrüchte im Jahr 2009 wurden die Ergebnisse festgehalten. Diese können in den Fortschrittsberichten 2013-2015 der strategischen Partnerschaft für Nachhaltigkeit von EDEKA und WWF eingesehen werden.

²Angelehnt an die Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung GRI G4

Die Fortschritte im Einzelnen

Netto Marken-Discount ist 2015 in die strategische Partnerschaft für Nachhaltigkeit von EDEKA und WWF eingetreten und hat sich damit der Erreichung der im Rahmen dieser Partnerschaft im Jahr 2012 vereinbarten und 2015 geschärften Ziele verpflichtet. Netto hat dabei bestehende Zeitachsen übernommen – auch wenn Ziele bis Ende 2015 erreicht werden sollten. Dessen ungeachtet wurden schon im ersten Jahr Fortschritte erzielt. So hat Netto 2015 mit der Umstellung der Primärverpackungen Holz/Papier auf nachhaltigeres Material begonnen und dort bis Ende 2015 bereits deutliche Erfolge verbucht, konnte die Zielvorgabe aber aufgrund der Zeitachse (31.12.2015) erwartungsgemäß nicht erreichen. Im ersten Jahr der Berichterstattung für Netto Marken-Discount wird mit Ausnahme des Themenfeldes Fisch und Meeresfrüchte die Baseline für die einzelnen Teilziele in den genannten Themenfeldern erstellt.

Nachfolgend sind die Teilziele je Themenfeld und die Zielerreichung dargestellt und bewertet. Die Bewertung erfolgt entsprechend der folgenden Systematik:

- ✓ Ziel erreicht
- ↗ Signifikante Verbesserung zum Vorjahr³
Baseline erstellt und Zertifizierungsgrad von mehr als 80 % erreicht
- ➔ Ziel in Arbeit/Baseline erstellt
- ↘ Signifikante Verschlechterung/Zielerreichung bedroht⁴
Noch keine Umstellung vorgenommen.
- ✗ Ziel verfehlt

Eine Ausnahme stellt das Themenfeld Klima dar. Hier werden die Fortschritte im Unternehmensbereich dargestellt und erste Fortschritte bewertet. Eine externe Prüfung erfolgt in diesem Jahr jedoch noch nicht.



³Verbesserung um mehr als 5% im Vergleich zum Vorjahresergebnis.

⁴Verschlechterung um mehr als 5% im Vergleich zum Vorjahresergebnis.

Fisch und Meeresfrüchte



ZIEL: Bis 31.05.2017 erfolgt die 100%-Umstellung des Fisch- und Meeresfrüchtesortiments in den Eigenmarken von Netto Marken-Discount (unmittelbarer Einflussbereich) auf nachhaltige Ware.⁵

Das Ziel eines 100% nachhaltigen Sortiments auch bei Markenartikeln und Fabrikmarken wird durch Überzeugungsarbeit bei den Lieferanten verfolgt.

Die Auslistung von Aal, Rochen, Wildstör und Hai in allen Netto-Märkten wird weiterhin aktiv begleitet.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	STATUS 30.06.2016 UND FAZIT
Umstellung des Netto-Eigenmarken-Sortiments auf nachhaltigere Produkte	
Eigenmarken	➔ 64% „Gute Wahl“, 36% „Zweite Wahl“ ⁶
davon Wildfisch (81%)	➔ 77% „Gute Wahl“, 23% „Zweite Wahl“
davon Aquakultur (19%)	➔ 6% „Gute Wahl“, 94% „Zweite Wahl“
Pizza	➔ 1 Produkt im Sortiment („Zweite Wahl“)
Tiernahrung	➔ 7% „Gute Wahl“, 73% „Zweite Wahl“, 20% „Lieber nicht“
Auslistung bedrohter Arten	✓ Keine Meldungen von Verstößen

STATUS: Netto Marken-Discount strebt an, bis 2017 ein 100% nachhaltiges Fisch- und Meeresfrüchtesortiment zu erreichen. Das Ziel bezieht sich auf das gesamte Sortiment. Im Rahmen der Partnerschaft arbeiten der WWF und Netto daran, für kritische Produkte (Score 4+5) Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen, um eine Verbesserung und Zertifizierung der Fischereien und Zuchten zu erwirken.

Das Monitoring beschränkt sich auf die Eigenmarken von Netto. Die Umstellung des Sortiments jenseits der Eigenmarken ist jedoch weiterhin Ziel der gemeinsamen Arbeit. Auch in der zweiten Phase der Partnerschaft werden die Gespräche mit Lieferanten von Markenartikeln und Fabrikmarken fortgeführt, um die Zielsetzungen von Netto zu vermitteln und für deren Unterstützung zu werben.

⁵Als Fisch und Meeresfrüchteangebot gelten alle Artikel, die in der Verkehrsbezeichnung das Wort Fisch oder eine Fischart tragen sowie alle Produkte mit einem Fischanteil von mindestens 15% am Produkt. Es wird das gesamte Eigenmarken-Sortiment inklusive Pizza und Tiernahrung betrachtet. 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 bzw. Zuchten anhand der folgenden Kriterien: Bestandszustand, ökologische Auswirkungen und Management des Bestandes. Score 1 und 2 (im WWF-Fischratgeber „grün“) stehen für eine weitgehend nachhaltige Fischerei/Zucht. Score 3 („gelb“) steht für eine Fischerei/Zucht, die vertretbar ist. Score 4 und 5 („rot“) stehen für eine destruktive Fischerei/Zucht.

⁶„Gute Wahl“ entspricht MSC, ASC und Score 1 und 2 (grün) nach WWF-Datenbank. „Zweite Wahl“ entspricht Score 3 (gelb) und Score 4 und 5 nach WWF-Datenbank entsprechen der Empfehlung „Lieber nicht“.

Entwicklung des Sortiments der Netto Marken-Discount-Eigenmarken national⁷

Produktlinie Netto-Eigenmarke		Gesamt Artikel Anzahl	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 2016

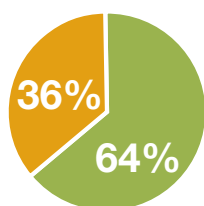


Tabelle 1: Zeitlicher Verlauf der Zusammensetzung im Netto-Eigenmarken-Sortiment (Wildfisch und Aquakultur) von der Baseline 2012 bis zur letzten Erhebung 2016. Die abgebildete Grafik stellt die Verteilung im Netto-Eigenmarken-Sortiment dar. „Gute Wahl“ entspricht MSC, ASC und Score 1 und 2 (grün) nach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

- Gute Wahl
- Zweite Wahl

Im Rahmen der Erhebung der Daten für das Jahr 2016 wurde ein Systemfehler entdeckt, welcher eine erneute Überprüfung der Daten von 2012 bis 2016 erforderlich machte. Diese Überprüfung ergab, dass über alle Jahre einzelne Produkte mehrfach gezählt wurden. Die Erhebungen der Jahre 2012 bis 2016 wurden entsprechend korrigiert: Die Gesamtzahl der Artikel hat sich dadurch in jedem Jahr verringert. Signifikante Änderungen gab es in absoluten Zahlen vor allem in den Jahren 2012 und 2015.⁸ Signifikante Auswirkungen auf die prozentualen Anteile am Sortiment hat die Korrektur der Zahlen nicht ergeben.⁹

Die Gesamtzahl der Netto-Eigenmarken-Produkte ist im Vergleich zum Vorjahr gleich geblieben. Minimale Veränderungen gab es lediglich dadurch, dass ein „Zweite Wahl“-Produkt weniger gelistet wurde und ein Produkt mit Score 3 mehr im Sortiment enthalten ist. Prozentual ergibt sich dadurch keine signifikante Veränderung zum Vorjahr. Insgesamt lässt sich im Vergleich zum Vorjahr sagen, dass das Erreichte gehalten wurde.

Im Vergleich zur Baseline 2012 zeigt sich über die letzten fünf Jahre eine Abnahme von acht MSC-Produkten und eine Zunahme von acht „Zweite Wahl“-Produkten. Somit lässt sich seit der Erhebung der Baseline keine signifikante Verbesserung am Sortiment erkennen, die Baseline 2012 wurde über die Jahre nicht gehalten. Beim überwiegenden Teil der „Zweite Wahl“-Produkte liegt dies daran, dass die Alternativen den üblichen Kriterien im Einkaufsprozess wie beispielsweise der Qualität oder der Verfügbarkeit in ausreichenden Mengen nicht entsprachen. Innerhalb des Monitorings findet eine Differenzierung der Produkte nach Wild- und Zuchtfisch statt. Dabei zeigt sich, dass die Zielerreichung bei Wildfisch wesentlich höher ist als für Zuchtfisch. Im Bereich Zuchtfisch gibt es neben den bekannten Biostandards seit 2012 für wichtige kommerzielle Arten wie Lachs (2012) und Shrimp (2014) für den konventionellen Bereich die Zertifizierung entsprechend des Aquaculture Stewardship Council Standards (ASC). Der ASC ist ein weiteres für den Endverbraucher erkennbares Zertifizierungssystem, mit dem eine verantwortungsvolle Aquakultur nachgewiesen werden kann. Im Bereich der Zuchten empfiehlt der WWF neben den Bio-Zertifizierungen von Naturland und Bioland den ASC-Standard. Aufgrund der Bioland- und Naturland-Regularien ist eine Auslobung im Discountbereich trotz Erfüllung der Kriterien allerdings nicht möglich. Die Anzahl der Zertifizierungen hat zugenommen, die Verfügbarkeiten sind aber häufig noch nicht ausreichend.

Im Bereich Tiernahrung ist eine Verbesserung im Angebot zu erkennen. Während im vergangenen Monitoring-Zeitraum noch 50% der Produkte Anteile nicht nachhaltiger Fischerei aufwiesen, waren es nach den Ergebnissen der Erhebung im 2016 noch 20%. Bei 7% der Produkte konnten Bestandteile aus nachhaltigen Bezugsquellen nachgewiesen werden. Der überwiegende Teil der Produkte im Tiernahrungssortiment bezieht Bestandteile derzeit aus vertretbaren, wenngleich nicht nachhaltigen Fischereien beziehungsweise Zuchten. Im Berichtszeitraum wurden keine Artikel mit Anteilen der bereits in 2009 dauerhaft ausgelisteten bedrohten Arten (Aal, Hai, Wildstör, Rochen) beziehungsweise der sieben temporär ausgelisteten Fischarten im Eigenmarkensortiment von Netto registriert.

⁷Die Produktanzahl schwankt mit der Entwicklung des Sortiments.

⁸Unter einer signifikanten Änderung wird eine Artikelzahl von ≥ 5 Artikel verstanden. In 2012 lag die Differenz bei 5 Artikeln, in 2015 bei 15 Artikeln.

⁹Signifikant ist eine Änderung von ≥ 5 Prozent. In keinem Jahr gab es eine Abweichung von mehr als 2%.

Holz / Papier / Tissue



ZIEL: 100 % Umstellung (inkl. Verpackungen) aller Netto-Eigenmarken Holz-, Papier-, Tissue-Produkte bis 31.05.2017 auf vorzugsweise Recycling oder FSC®. Grundsätzlich gilt für alle Bereiche, dass Einsparung vor zertifiziertem Recyclingmaterial (Blauer Engel/FSC®-Recycled) vor FSC®-zertifizierter Frischfaser präferiert wird. Bis 2017 strebt Netto Marken-Discount an, alle Artikel im Grillkohle-Preiseinstiegssegment auf FSC® umgestellt und zertifiziert zu haben sowie alle Tissue-Artikel auf Recycling oder FSC®-Frischfaser. Alle Frischfaserprodukte müssen das FSC®-Label tragen. Primäre Endverbraucherpackungen sind bis Ende 2015 nach produktbezogener Einzelfallbetrachtung vorzugsweise auf Recycling (FSC®-Recycled) beziehungsweise zertifiziertes Frischfasermaterial (FSC®) umgestellt. Bis 2017 strebt Netto Marken-Discount an, dass 100 % der Transportverpackungen verifizierbar aus 100 % Recyclingmaterial bestehen.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	STATUS 30.06.2016 UND FAZIT	
Umstellung der Netto Marken-Discount-Eigenmarken auf Recycling / FSC®		
Getränkekartons	➤	Baseline erstellt; 98% FSC®-zertifiziert
Tissue-Artikel	✓	Baseline erstellt; 100% Blauer Engel- / FSC®-zertifiziert
Grillkohle	➔	Baseline erstellt; 60% FSC®-zertifiziert
Holzprodukte	✓	Baseline erstellt; 100% Blauer Engel- / FSC®-zertifiziert
Produktverpackungen	✗	Baseline erstellt; Ziel zum 31.12.2015 nicht erreicht; 78% der Verpackungen FSC®-zertifiziert bis 30.06.2016
Transport- und Versandverpackungen	➔	Umstellung erfolgt schrittweise

STATUS: Im ersten Jahr der Umstellung des Netto-Eigenmarken-Sortiments mit Holz-, Papier- oder Tissue-Bestandteilen auf Recycling (Blauer Engel/FSC®-Recycled) oder FSC® wurde in fast allen Bereichen der Umstellungsgrad und somit eine Baseline erstellt. Erste Ziele wie beispielsweise die Zertifizierung der Tissue-Artikel und Holzprodukte wurden bereits zu 100% erreicht. Bei Eintritt in die Zielsetzungen der Partnerschaft wurde auch mit der Umstellung der Primärverpackungen aus Holz/Papier auf nachhaltigeres Material begonnen. Hier wurden bis 31.12.2015 bereits Erfolge erzielt. Aufgrund dieser kurzen Zeitspanne für die Zielerreichung konnte das Ziel nicht erreicht werden.

Produktportfolio	Produkte gesamt	davon umgestellt	
		Anzahl	%
Getränkekartons	44	43	98%
Grillkohle	5	3	60%
Tissue	51	51	100%
Holzprodukte	10	10	100%
Produktverpackungen	696	545	78%

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

Die Umstellung der Transportverpackungen hat begonnen, erste Verpackungen sind bereits umgestellt. Aufgrund des Umfangs und der damit verbundenen Komplexität der Umstellung, konnte der Umstellungsgrad in diesem Jahr noch nicht ermittelt werden.



Palmöl



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

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

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

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	STATUS 30.06.2016 UND FAZIT
Umstellung Netto-Eigenmarken-Produkte auf zertifizierte Quellen nach dem RSPO-Lieferkettenmodell „Segregated“ oder „Mass Balance“	
Palmöhlhaltige Produkte	➔ Umstellung bei 76% der Produkte auf RSPO SG
Palmkernöhlhaltige Produkte	➔ Umstellung bei 33% der Produkte auf RSPO SG; 67% auf RSPO MB umgestellt
Derivate / Fraktionen aus Palm(kern)öl	➔ Umstellung bei 50% der Produkte auf SG und MB

STATUS: Netto hat im Juli 2015 die Ziele für den Bereich Palmöl eingeführt. Das erste Monitoring ergab bereits erste Erfolge. Es wurde eine Umstellung auf zertifizierte Quellen von 93 % der Produkte mit Palmöhlbestandteilen im Netto-Eigenmarken-Sortiment erreicht. Dabei wurde noch nicht bei allen Palmöhlbestandteilen das gemäß der Zielvereinbarung vorgegebene Lieferkettenmodell erreicht.

Tabelle 3 zeigt den Umstellungsgrad der Produktgruppen nach Lieferkettenmodell. Bei Produkten mit reinem Palmöl sind 76 % auf das Lieferkettenmodell RSPO Segregated umgestellt. Insgesamt enthalten 92 % der Produkte in diesem Segment RSPO-zertifiziertes Palmöl.

Produktportfolio	davon umgestellt						nicht umgestellt		Umstellung auf angestrebtes Lieferkettenmodell
	SG		MB		Book & Claim				
Palmöhlhaltige Produkte ¹⁰	160	76%	33	16%	0	0%	17	8%	76%
Palmkernöl/-fetthaltige Produkte	2	33%	4	67%	0	0%	0	0%	33%
Produkte mit Derivaten/ Fraktionen von Palm-(kern)öl	3	1%	129	49%	123	46%	11	4%	50%

Tabelle 3: Umstellung der Netto-Eigenmarken-Produkte nach RSPO-Lieferkettenmodell

Palmkernöl oder Palmkernfett ist in vielen Produkten enthalten, zum Teil in geringen Anteilen. Die vereinbarte Umstellung der Bestandteile nach vorzugsweise RSPO Segregated, in Ausnahmefällen und nur wo nachweislich nicht möglich nach RSPO Mass Balance, wurde zu 33 % erreicht. Die Zielerreichung bei der Umstellung bei Eigenmarken-Produkten mit Derivaten/Fraktionen von Palm(kern)öl liegt bei 96 %. Nach RSPO Segregated und Mass Balance umgestellt sind 50 % der Produkte. Der Erwerb von GreenPalm-Zertifikaten wird bis zur vollständigen Umstellung akzeptiert.

RSPO-Lieferkettenmodell „Segregated“ (SG)

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

RSPO Lieferkettenmodell „Mass Balance“ (MB)

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

„Book & Claim“

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

¹⁰Umstellung laut Zielvereinbarung nach RSPO SG.

Klima

KLIMASCHUTZ IM UNTERNEHMEN

ZIEL: Netto Marken-Discount strebt an, seinen Treibhausgasausstoß kontinuierlich zu reduzieren. Als Orientierung dafür dient das politische Ziel, die globale Erwärmung auf durchschnittlich unter 2°C, verglichen mit vorindustriellen Niveaus, zu begrenzen. Dazu erfolgt bis zum 31.05.2015 eine Pilotphase, im Rahmen derer in fünf repräsentativen Netto-Filialen Energieaudits durchgeführt und Maßnahmenpläne zur klimafreundlicheren Gestaltung der Filialen erarbeitet werden. Unter Verwendung der Ergebnisse der Pilotphase wird bis zum 30.06.2015 für alle Netto-Filialen und alle weiteren Standorte aus Logistik (mit Flotte) und Verwaltung jeweils ein Klimaschutzprogramm mit Meilensteinen, Maßnahmen und Zeithorizonten innerhalb der Projektlaufzeit erarbeitet.



DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL

STATUS 30.06.2016 UND FAZIT

Reduktion der THG-Emissionen von Netto Marken-Discount orientiert am 2°-Ziel	
THG-Emissionen werden kontinuierlich reduziert	↘ Die THG-Emissionen sind leicht angestiegen
Maßnahmenplan in 5 Pilotfilialen umgesetzt	↗ 5 Energie-Analysen wurden durchgeführt und die Ergebnisse zur Untermauerung der Maßnahmenpläne für alle Netto-Filialen genutzt
Maßnahmenpläne in weiteren Netto-Filialen umgesetzt	↗ Maßnahmenpläne wurden erarbeitet und werden schrittweise umgesetzt
Maßnahmenplan für Netto-Standorte (Logistik mit Flotte sowie Verwaltung) ist umgesetzt	➔ Ein Maßnahmenplan für Logistik und Verwaltung liegt vor und wird bis 2017 umgesetzt

STATUS: Es wurden Energieeinsparberatungen in fünf Pilotfilialen durchgeführt. Dabei zeigte sich, dass etwa 80 Prozent der THG-Emissionen einer Filiale in den Bereichen Beleuchtung und Kühlen anfallen. Die Beratungsberichte haben untermauert, dass die von Netto eingeleiteten Energieeffizienzmaßnahmen an den entscheidenden Punkten ansetzen. Es wurden Maßnahmenpläne für alle Netto-Filialen definiert, die nun schrittweise umgesetzt werden.

Wenn Filialen neu gebaut oder komplett saniert werden, wird in der Beleuchtung grundsätzlich energiesparende LED-Technologie eingesetzt. Im Tiefkühlbereich werden inzwischen grundsätzlich die natürlichen Kältemittel CO₂ (in den Tiefkühlräumen) und Propan (in den Tiefkühltruhen) verwendet, deren Treibhauspotenzial um ein Vielfaches niedriger liegt als bei herkömmlichen (H)FKW-Kältemitteln. Weiterhin nutzen alle neuen und sanierten Märkte die Abwärme ihrer Kühlmöbel, um den Verkaufsraum zu heizen. Zudem wird in der Regel eine moderne Gebäudeleittechnik zur intelligenten Steuerung von Beleuchtung und Raumwärme installiert. Im vergangenen Projektjahr wurden über 200 Filialen nach diesen neuen Standards um- oder neugebaut.

Netto testet derzeit die Wirtschaftlichkeit von Lösungen für die Eigenstromversorgung der Filialen mit Photovoltaikmodulen sowie für die Verglasung der Kühlregale für Molkereiprodukte. Im vergangenen Projektjahr wurden in etwa 100 Bestandsfilialen die Beleuchtung auf LED und die Tiefkühltruhen auf effizientere Modelle mit dem Kältemittel Propan umgerüstet. Für die Logistik und die Verwaltung liegt ein Maßnahmenplan vor, der bis Mai 2017 umgesetzt wird.

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

Kreativ & nachhaltig: WWF und Netto verleihen den Panda-Award

Netto Marken-Discount hat im März 2016 zusammen mit seinem Partner WWF Deutschland den Panda-Award vergeben:

Bei diesem erstmaligen unternehmensinternen Wettbewerb hatten Netto-Mitarbeiter Gelegenheit, Ideen für noch mehr Umweltschutz im Arbeitsalltag zu entwickeln. Etwa 80 Einsendungen für die Bereiche Filialen, Logistik und allgemein Energieeinsparung erreichten die Jury, bestehend aus Experten von Netto und WWF.

Der Gewinner-Vorschlag: Mittels Schulungen sollen Netto-Mitarbeiter für einen verantwortungsvolleren Umgang mit Ressourcen sensibilisiert werden. Hintergrundwissen zum besseren Umgang mit Ressourcen soll helfen, das eigene Verhalten noch besser einzuordnen.

So können sogenannte Rebound-Effekte vermindert werden: Darunter ist zu verstehen, dass Verbraucher dazu tendieren, das Energiesparpotential neuer Technologien falsch einzuschätzen beziehungsweise überzubewerten. So werden z.B. sparsame LED-Lampen häufig seltener ausgeschaltet, so dass die möglichen Einspareffekte verringert werden.

Das Programm der Schulung ist in Bearbeitung.

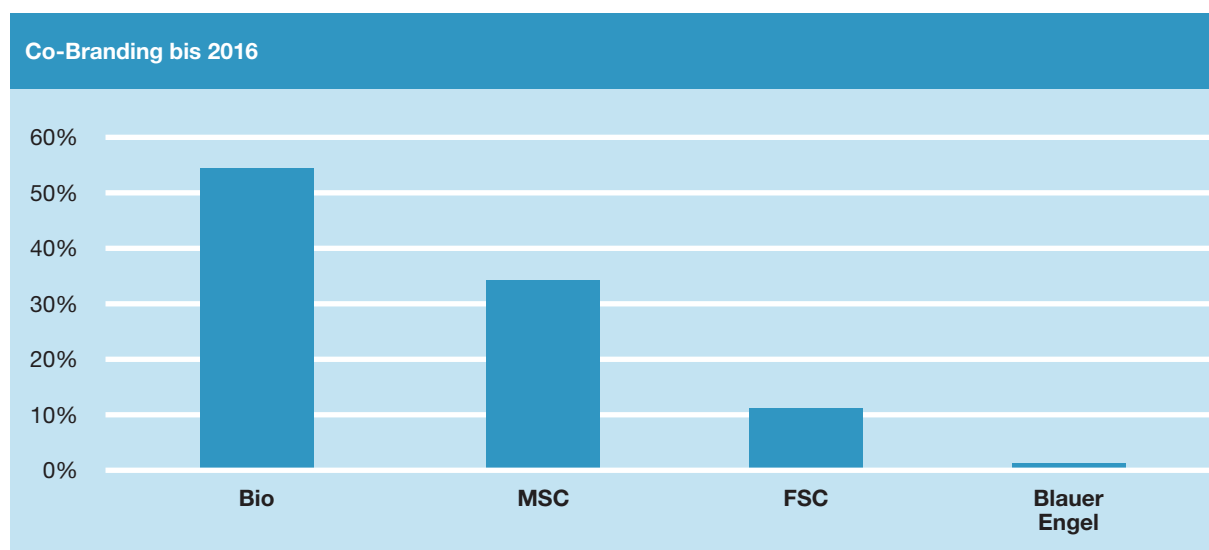


Co-Branding

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

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

		Produkte mit Co-Branding	Bio	FSC®	Blauer Engel	MSC
Co-Branding Netto bis 30.06.2016	Anzahl	211	113	24	2	72
	Prozent	100%	54%	11%	1%	34%



STATUS: Bis zum Stichtag 30.06.2016 wurden insgesamt 211 Netto Marken-Discount-Eigenmarkenprodukte mit dem WWF-Logo ausgestattet. Davon sind 113 Bio-, 72 MSC-, 24 FSC- und zwei Blauer Engel-zertifiziert. Dies beinhaltet auch die vor 2015 mit einem Co-Branding versehenen Produkte im Fisch- und Meeresfrüchtesortiment.

Bestätigungsvermerk

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

AN DIE WWF DEUTSCHLAND STIFTUNG BÜRGERLICHEN RECHTS, BERLIN

Wir haben die quantitativen Angaben zum Thema Fisch und Meeresfrüchte in den Tabellen und Grafiken auf Seite 6, zum Thema Holz/Papier/Tissue auf Seite 8 sowie zu den Themen Palmöl auf Seite 10 und Co-Branding auf Seite 13 (im Folgenden: „ausgewählte quantitative Angaben“) in dem von der WWF Deutschland Stiftung bürgerlichen Rechts, Berlin, (im Folgenden die „Stiftung“) erstellten Fortschrittsbericht über die Kooperation zwischen der Stiftung und Netto Marken-Discount AG & Co. KG, Ponholz, für das Projektjahr 2015/2016 (im Folgenden: „Fortschrittsbericht“) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

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

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

UNABHÄNGIGKEIT UND QUALITÄTSSICHERUNG DER WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

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

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

VERANTWORTUNG DES WIRTSCHAFTSPRÜFERS

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

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

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen

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

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

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

URTEIL

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

VERWENDUNGSZWECK DES VERMERKS

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

Berlin, den 05.05.2017

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Michael Conrad
Wirtschaftsprüfer

ppa. Susanne Klages