



NETTO MARKEN-  
DISCOUNT UND  
WWF SIND  
PARTNER FÜR  
NACHHALTIGKEIT

**Netto**  
Marken-Discount



FORTSCHRITTSBERICHT 2019

# NETTO MARKEN-DISCOUNT UND WWF

**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**

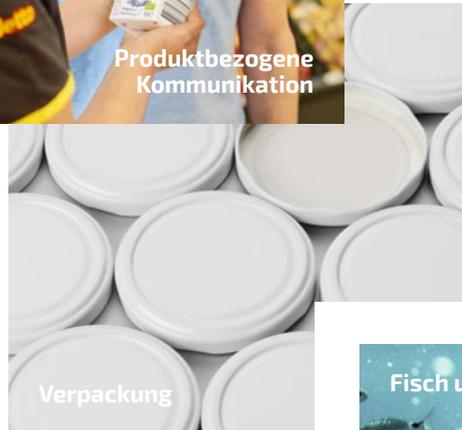
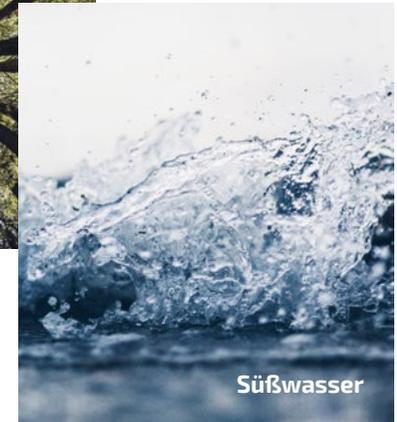
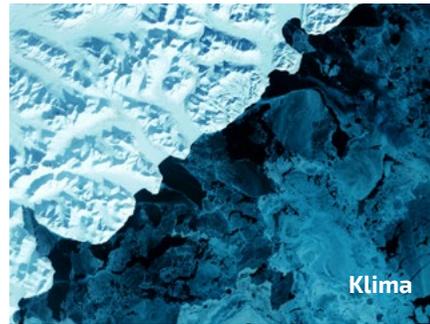
- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz / Papier / Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser
- 2.7 Verpackung

**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



**ANSPRECHPARTNER**

WWF Deutschland  
Abteilung Ökologischer Fußabdruck  
Reinhardtstraße 18  
10117 Berlin

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

FSC® N001579

# 1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

## 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

# 1.1 EINLEITUNG

Die Befunde des aktuellen Berichts des Weltbiodiversitätsrats<sup>1</sup> sind alarmierend. Von den geschätzt rund acht Millionen Tier- und Pflanzenarten weltweit ist rund eine Million vom Aussterben bedroht. Die Hauptverantwortung dafür trägt der Mensch. Durch eine Intensivierung der Land-, Forst- und Fischereiwirtschaft, die Abholzung von besonders artenreichen Wäldern, die Übernutzung natürlicher Ressourcen, die Zerstörung und Veränderung von Lebensräumen wie Mangrovenwäldern und die Erderhitzung gefährdet er in einem nie dagewesenen Ausmaß die Biodiversität. Sollte der Schwellenwert von zwei Grad Celsius globaler Temperaturerhöhung überschritten werden, hätte dies gravierende Auswirkungen auf die Artenvielfalt. 99 Prozent der Korallenriffe würden dann mit großer Wahrscheinlichkeit absterben.<sup>2</sup> Schon heute gelten 23 Prozent der Landfläche des Planeten als ökologisch ausgelaugt

und können nicht mehr bewirtschaftet werden. Zudem kann das massenhafte Sterben von Bienen und anderen Bestäuberinsekten in der Nahrungsmittelproduktion bereits jetzt zu Verlusten von bis zu 524 Milliarden Euro führen – und dies pro Jahr.<sup>3</sup>

Die Lage ist ernst, doch sie ist nicht aussichtslos! Noch kann das dramatische Artensterben gebremst werden. Doch dafür müssen weitgehende und global abgestimmte Umweltschutzmaßnahmen ergriffen werden – und zwar jetzt. Das Jahr 2020 kann dabei zu einem Schlüsseljahr werden. Auf dem Weltgipfel zum Erhalt der Biodiversität in Kunming werden im Oktober die Leitlinien der zukünftigen globalen Naturschutzpolitik für die nächsten zehn Jahre festgeschrieben. Auch die Sustainable Development Goals (SDGs) – die bis 2030 geltenden Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nati-



onen, die weltweiten wirtschaftlichen Fortschritt mit sozialer Gerechtigkeit und ökologischen Grenzen in Einklang bringen sollen – werden überprüft. Und auf der Weltklimakonferenz im schottischen Glasgow werden im November neue Klimaschutzziele festgelegt.

Doch nicht nur die internationale Staatengemeinschaft, auch die Zivilgesellschaft und Unternehmen können

zum Schutz der Artenvielfalt und des Klimas beitragen. Seit 2015 unterstützt Netto Marken-Discount (nachfolgend „Netto“) die Ziele der seit 2012 bestehenden strategischen Partnerschaft für Nachhaltigkeit zwischen der EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG<sup>4</sup> (nachfolgend „EDEKA“) und der Umweltschutzorganisation WWF und trägt so dazu bei, die ambitionierten SDGs zu erreichen und die Biodiversität zu schützen.

<sup>1</sup> Siehe: <https://www.bmbf.de/de/weltbiodiversitaetsrat-weltweiter-verlust-von-arten-bedroht-unsere-lebensgrundlage-8547.html> (18.11.2019)  
Siehe: <https://www.de-ipbes.de/de/Massiver-Verlust-von-Biodiversitat-Globaler-IPBES-Bericht-in-Paris-vorgestellt-1908.html> (18.11.2019)

<sup>2</sup> IPBES-Bericht, S 7. Siehe: [https://www.ipbes.net/sites/default/files/downloads/spm\\_unedited\\_advance\\_for\\_posting\\_htn.pdf](https://www.ipbes.net/sites/default/files/downloads/spm_unedited_advance_for_posting_htn.pdf) (18.11.2019)

<sup>3</sup> Ebd. S. 2

<sup>4</sup> Der EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG Konzern ist Teil des EDEKA-Verbunds, der auch die sieben EDEKA-Regionalgesellschaften, deren Filialen und selbstständige Kaufleute umfasst. Der EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG Konzern besteht aus dem Mutterunternehmen EDEKA ZENTRALE sowie ihren Tochterunternehmen, zu denen unter anderem die Netto Marken-Discount AG & Co. KG gehört.

## 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

Mit nachhaltigen und zertifizierten Produkten und Anbaumethoden sowie innovativen Umweltschutzmaßnahmen versuchen somit Netto und eine der größten Umweltschutzorganisationen der Welt unter anderem einen Beitrag zur Erreichung der SDGs zu erreichen.

Dass der vorliegende vierte Fortschrittsbericht die Partnerschaft in den Kontext dieser Ziele und einer weltweit zunehmend gefährdeten Biodiversität stellt, legt auch Zeugnis davon ab, dass diese Partnerschaft große Ansprüche an sich selbst stellt. Was mit Optimierungen einzelner Produkte im EDEKA-Verbund (nachfolgend „Verbund“) begann, ist heute im gesamten deutschen Lebensmittelmarkt sichtbar. Die Durchdringung nachhaltig zertifizierter Eigenmarken, ob MSC, FSC®, Blauer Engel oder ökologisch hergestellte Lebensmittel, hat seitdem weiter an Dynamik gewonnen. So finden auch solche Themen Beachtung, die die Entwicklung neuer Ansätze und Vorgehensweisen erforderlich machen, wie der Umgang mit einer zunehmenden Verpackungsflut.

Doch es wird sich in der bestehenden Partnerschaft nicht auf Bestehendes berufen, sondern weiter aktiv an den gemeinsamen Zielen gearbeitet. Um die bedrohten Ressourcen unseres Planeten – und damit auch unsere Lebens- und Wirtschaftsgrundlage – zu schützen, werden sich Netto und der WWF zusammen mit immer umweltbewusster werdenden Verbrauchern immer weiter einbringen, um die Produktion der rund 2.500 Eigenmarken umweltfreundlicher und nachhaltiger zu gestalten.

Dieser Fortschrittsbericht zeigt anhand von sieben Themenfeldern, dem Anbauprojekt „Gemeinsam für eine bessere Orange“ und zahlreichen konkreten Beispielen die Zusammenhänge zwischen globalen Herausforderungen wie dem Verlust der Biodiversität und den konkreten Zielen der Partnerschaft auf. Er belegt, dass der Lebensmitteleinzelhandel mit individuellen Ansätzen und Projekten entlang der gesamten Lieferkette einen Beitrag zum weltweiten Umweltschutz leisten kann.

Der Bericht verschweigt jedoch nicht, dass bei der Umstellung auf einen nachhaltigen und umweltfreundlichen Lebensmitteleinzelhandel noch große Herausforderungen bestehen. In Anbetracht eines sich beschleunigenden Artensterbens und des menschengemachten Klimawandels darf bei der Lösung dieser Aufgaben keine Zeit verschwendet werden.

## MEHR ÜBER DIE STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT ZWISCHEN NETTO UND WWF UNTER:

[www.netto-online.de/wwf](http://www.netto-online.de/wwf)  
[www.wwf.de/netto](http://www.wwf.de/netto)

### WAS IST BIODIVERSITÄT UND WARUM IST SIE FÜR UNS WICHTIG?

Biodiversität umfasst die Vielfalt innerhalb der Arten und die Vielfalt der Ökosysteme. Die Artenvielfalt ist Teil der biologischen Vielfalt und beschreibt den Reichtum an Arten in einem Ökosystem. Der weltweit zu beobachtende Rückgang der biologischen Vielfalt ist alarmierend und führt durch den Verlust an Lebensräumen, Arten und Genen zu einer Verarmung der Natur. Dies bedroht die Lebensgrundlage der Menschheit und gehört deshalb zu den größten Herausforderungen unserer Zeit.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Siehe auch: <https://www.bfn.de/themen/biologische-vielfalt/uebereinkommen-ueber-die-biologische-vielfalt-cbd.html> (18.11.2019)

**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**

**DIE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**

Im Jahr 2015 verabschiedeten die Vereinten Nationen die Agenda 2030. Mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung, den Sustainable Development Goals (SDGs), wollen die Vereinten Nationen zusammen mit Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Privatwirtschaft eine sozial, ökologisch und wirtschaftlich nachhaltige Entwicklung gestalten.

**Mit ihrer Partnerschaft für Nachhaltigkeit arbeiten der WWF und Netto Marken-Discount seit fünf Jahren gemeinsam daran, einen Beitrag zu diesen 17 Nachhaltigkeitszielen zu leisten. Übergeordnet tragen vor allem die SDGs 12, 15 und 17 zur Erreichung der Agenda 2030 bei.**



**12 Nachhaltiger Konsum und verantwortungsvolle Produktion:**

Im Rahmen der Partnerschaft wird nachhaltiger Konsum gefördert, unter anderem durch die Stärkung von Zertifizierungssystemen, und durch Verbesserungen in der Lieferkette. Darüber hinaus werden durch produktbezogene Kommunikation Anreize für Kunden geschaffen, sich für nachhaltige Produkte zu entscheiden.

**15 Leben an Land:**

Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation aufhalten und umkehren und den Biodiversitätsverlust stoppen: Der Erhalt der Biodiversität ist eine der großen Aufgaben des 21. Jahrhunderts. Intakte Ökosysteme sorgen für saubere Luft zum Atmen, sauberes Trinkwasser und den Erhalt bedrohter Arten. Da die Landwirtschaft durch den Anbau in Monokulturen oder durch die Rodung von Flächen für weitere Anbauflächen den Erhalt der Artenvielfalt bedroht, wird in der strategischen Partnerschaft gezielt daran gearbeitet, die Biodiversität zu schützen. Dazu werden

## 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

Zertifizierungssysteme gestärkt, Lieferketten nachhaltiger gestaltet, Treibhausgasemissionen gesenkt und ein Feldprojekte umgesetzt, die ökonomische und ökologische Ansprüche in Einklang bringen und als Best-Practice-Vorhaben Pilot- und Modellcharakter haben.

### 17 Umsetzungsmittel und globale Partnerschaften stärken:

Die strategische Partnerschaft zwischen EDEKA, Netto und dem WWF wirkt transformativ und setzt ökologische Impulse, die über die konkrete Zusammenarbeit hinausgehen. Das bestätigt eine vom Umweltbundesamt beauftragte Studie, die vom Unabhängigen Institut für Umweltfragen (UfU), dem Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und UPJ, einem Netzwerk engagierter Unternehmen und gemeinnütziger Mittlerorganisationen umgesetzt wurde.

**Im Fortschrittsbericht wird bei allen Themenfeldern und Projekten darauf hingewiesen, zu welchen der nachfolgend erläuterten weiteren SDGs im Rahmen der Partnerschaft zwischen dem WWF und Netto beigetragen wird.**

**2 Ernährung sichern, Hunger beenden:** Dieses Ziel wird im Rahmen der Partnerschaft insbesondere durch die konsequente Verwendung zertifizierter Rohstoffe verfolgt. Nachhaltigkeit auf landwirtschaftlichen Flächen soll die Nahrungsmittelproduktion sicherstellen und zum Erhalt der Ökosysteme beitragen.

**3 Gesundes Leben für alle:** Im Rahmen der Partnerschaft werden Landwirtschaftliche Projekte durchgeführt und Zertifizierungssysteme eingesetzt, die eine nachhaltige Landwirtschaft fördern und sich positiv auf Bodenqualität und Biodiversität auswirken. Damit werden strengere Vorgaben für die Verwendung von Pflanzenschutzmitteln und Dünger umgesetzt, die zusätzlich die gesundheitlichen Risiken für die ansässige Bevölkerung mindern.

**6 Sauberes Wasser und Sanitär-einrichtungen:** Durch effektives Süßwasserressourcenmanagement wird die Effizienz der Wassernutzung wesentlich gesteigert und eine nachhaltige Entnahme und Bereitstellung von Süßwasser gewährleistet. Durch die Etablierung von Standardsystemen zum Schutz

und zur Einsparung von Süßwasser (GlobalG.A.P. und Alliance for Water Stewardship) und die Projektarbeit werden verbesserte Anbau- und Wasser-managementsysteme zusammen mit Zulieferern des Verbundes umgesetzt.

### 7 Bezahlbare und saubere Energie:

Ein wichtiges Ziel im Themenfeld Klima: Steigerung der Energieeffizienz. Das gelingt zum Beispiel durch Umstellung auf energieeffiziente Beleuchtung und Kältetechnik sowie die Anschaffung verbrauchsärmerer Fahrzeuge und Prozessoptimierungen. Dazu wird der Anteil der genutzten Energie, der aus erneuerbaren Energien bereitgestellt wird, sukzessive erhöht, beispielsweise durch Stromerzeugung aus Photovoltaik an eigenen Standorten.

**8 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum:** Die Partner wollen nicht nur einzelne Produkte, sondern gesamte Lieferketten langfristig und systematisch nachhaltiger gestalten. Dafür werden Umwelt- und Sozialaspekte systematisch im Einkauf verankert. Dies trägt dazu bei, die weltweite Ressourceneffizienz in Konsum und Produktion Schritt für Schritt zu verbessern.

### 13 Maßnahmen zum Klimaschutz:

Vor dem Hintergrund des fortschreitenden Klimawandels muss jedes Unternehmen Verantwortung übernehmen und einen Beitrag leisten, indem Klimaschutzmaßnahmen in alle Strategien und Planungen einbezogen werden. Die wichtigste Grundvoraussetzung für das Klimamanagement im Unternehmen ist erfolgt: Gemeinsam mit dem WWF wurde ein Ziel definiert und die notwendige Datenbasis durch testierte Klimabilanzen geschaffen. Auch der Schutz von Mangrovenwäldern im Bereich des Meeresschutzes trägt zur Minderung des Klimawandels bei, denn diese Wälder binden bis zu fünfmal mehr Kohlendioxid als normale Wälder.

**14 Leben unter Wasser:** Die Mehrzahl der Fischbestände ist mittlerweile überfischt oder bis an ihre Grenzen befishet. Wesentlicher Bestandteil seit Beginn der Partnerschaft ist das Ziel, Ökosysteme durch regulierte Fischereimethoden zu schonen und ungewollten Beifang zu reduzieren. Darüber hinaus wird der Schutz von Mangroven als Kinderstube mariner Artenvielfalt im Rahmen der Partnerschaft verfolgt.

## 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

Die Zusammenarbeit zwischen Netto und dem WWF basiert auf verbindlich vereinbarten Zielen. Im Rahmen eines jährlichen Monitorings wird der Status der Umsetzung dieser Ziele zum 30.06. erfasst und dokumentiert. Die Ergebnisse des vorliegenden Berichts stellen die Fortschritte im Zeitraum 01.07.2018 bis 30.06.2019 dar. Beim Monitoring wird die Entwicklung durch den Vergleich der Daten mit den Vorjahresergebnissen ermittelt. Zudem findet ein Vergleich mit der Ausgangssituation, der sogenannten „Baseline“<sup>6</sup> statt. Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr werden im

Abschnitt „Zielerreichung im Überblick“ abgebildet, Entwicklungen im Vergleich zur Baseline finden in den entsprechenden Datentabellen und im Statustext Beachtung.

Bei quantitativen Zielen wird ermittelt, wie viele Netto-Eigenmarkenprodukte oder Artikelmenen auf nachhaltigere Alternativen umgestellt sind. Dabei gehören zu den Eigenmarkenprodukten auch Aktionsartikel. Die Ausnahmen im Monitoring stellen die Themenfelder Süßwasser und Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung dar. Hier werden Warenumsatzmen-

gen (in Kilogramm) beziehungsweise Absatzmengen zur Ermittlung herangezogen. Unter Umstellung wird hier die Risikoreduktion durch Nachweiserbringung von Zertifizierungen oder die Durchführung von Workshops durch die Lieferanten verstanden.

Zur Prüfung der Ergebnisse werden unterschiedliche Nachweise wie Vertragsunterlagen oder Mengenmeldungen stichprobenhaft gesichtet. Zudem werden leitfadengestützte Interviews zu den Erfolgen, Erfahrungen und Herausforderungen im Umstellungsprozess durchgeführt,

um die Ergebnisse besser einordnen und bewerten zu können.

Seit dem Jahr 2019 werden in sechs von sieben Themenfeldern quantitative Daten erhoben. Neu hinzugekommen sind die Themenfelder Süßwasser und Verpackungen. Das Monitoring bei den Themenfeldern Fisch und Meeresfrüchte, Holz, Papier und Tissue, Palmöl und Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung sowie im Bereich der produktbezogenen Kommunikation beim Co-Branding bleibt bestehen. Darüber hinaus wird der Arbeitsschwerpunkt Klima betrachtet.

# 1.3 EXTERNE PRÜFUNG DES FORTSCHRITTS

Ein unabhängiger Wirtschaftsprüfer prüft ausgewählte quantitative Angaben, die der WWF erhoben hat. Es soll sichergestellt werden, dass die ausgewählten quantitativen Angaben bei kritischer Würdigung mit einer

begrenzten Sicherheit den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) – Genauigkeit, Ausgewogenheit, Verständlichkeit, Vergleichbarkeit, Zuverlässigkeit und Aktualität – entsprechen.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Das Jahr der Basiserhebung variiert und ist abhängig von der Aufnahme der einzelnen Themenfelder in das Zielerreichungsmonitoring

<sup>7</sup> Angelehnt an die Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI).

## 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

# 1.4 DIE FORTSCHRITTE IM ÜBERBLICK

Auch in diesem Jahr konnten wichtige Fortschritte in Richtung eines vollständig auf nachhaltige Quellen umgestellten Netto-Eigenmarkensortiments gemacht werden.<sup>8</sup> Nahezu 82 Prozent des Netto-Eigenmarkensortiments im Bereich **Fisch und Meeresfrüchte** gehören zur Kategorie „Gute Wahl“<sup>9</sup>, eine Steigerung um knapp vier Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Im Bereich der Aquakultur werden die Fortschritte besonders sichtbar: Waren im Jahr 2018 noch etwa 63 Prozent

ASC-zertifiziert, sind es im Jahr 2019 fast 77 Prozent.

Beim Themenschwerpunkt **Holz, Papier und Tissue** sind nun alle relevanten Artikel FSC® – oder Blauer Engel-zertifiziert. Bei den Endverbraucherpackungen konnte eine erneute Verbesserung des schon hohen Umstellungsgrades auf rund 98 Prozent ermittelt werden. Im Betrachtungszeitraum konnte darüber hinaus erstmals eine Prüfung des Umstellungsgrades bei den Karton-Umverpackungen durchgeführt werden: Demnach besteht bei nahezu 98 Prozent der Artikel<sup>10</sup> eine vertragliche Verpflichtung des Lieferanten, Karton-Umverpackungen aus Recyclingmaterial zu beziehen.

Netto und der WWF arbeiten weiterhin intensiv daran, die in Netto-Eigenmarken befindlichen **Palmölbestandteile** vollständig auf zertifizierte Ware

umzustellen. Bei reinem Palmöl konnte das hohe Niveau aus dem Vorjahr mit einem Umstellungsergebnis von über 95 Prozent gehalten werden und auch beim Palmkernöl ist nach einem leichten Rückgang im Jahr 2018 nun wieder eine positive Entwicklung erkennbar: In über 76 Prozent der Artikel mit Palmkernöl ist dieses nach dem RSPO-Lieferkettenmodell Segregated zertifiziert. Das ist ein Plus von gut zwölf Prozentpunkten. Auch bei Artikeln mit Derivaten und Fraktionen aus Palm- oder Palmkernöl gibt es einen positiven Trend: Mehr als 66 Prozent sind auf die Lieferkettenmodelle Segregated oder Mass Balance umgestellt. Damit konnte auch hier eine Steigerung von rund acht Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr erreicht werden.

Beim Themenfeld **Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung** konnte zusätzlich die zielkonforme Fütterung im Startprojekt Eier aus Bodenhaltung

der Marken „Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“ erreicht werden. Die bevorzugte Fütterung mit heimischen beziehungsweise europäischen Futtermitteln oder nachhaltigerem, GVO-freiem, zertifiziertem Soja konnte vertraglich verankert werden, wodurch eine dauerhafte Umstellung der Futtermittel bei den Lieferanten erreicht werden soll. Bislang wird bei Eiern aus Bodenhaltung der Marken „Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“ bei rund 53 Prozent der Absatzmengen eine zertifiziert nachhaltigere Fütterung eingesetzt.

Um eine aussagekräftige **Klimabilanz** für den Verbund erstellen zu können, wurde im Berichtszeitraum eine neue web-basierte Software eingeführt. Darüber hinaus wurden im Jahr 2018 über 600 Filialen und somit nun insgesamt rund die Hälfte aller Filialen auf LED-Beleuchtung beziehungsweise optimierte Lichtnutzung und

# 82%

des Netto-Eigenmarkensortiments im Bereich Fisch- und Meeresfrüchte gehören zur Kategorie „Gute Wahl“

<sup>8</sup> Nachhaltige Quellen bedeuten hier Fischereien und Zuchten, die nach einem vom WWF anerkannten Umweltstandard zertifiziert sind (zum Beispiel MSC, Bioland, Naturland) oder in der WWF-Fisch- und Meeresfrüchtedatenbank als nachhaltige Quellen geführt werden (Score 1 und 2).

<sup>9</sup> Produkte werden mit „Gute Wahl“ bewertet, wenn sie nach einem vom WWF anerkannten Umweltstandard (MSC für Wildfisch, ASC, EU-Bio oder Naturland bei Zuchtfisch) zertifiziert sind, oder wenn sie in der WWF-Fischdatenbank mit Score 1–2 bewertet sind. Score 3 entspricht der Bewertung „Zweite Wahl“, Scores 4–5 werden mit „Lieber nicht“ bewertet.

<sup>10</sup> Stichprobenziehung, n=96

## 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

# 100 %

aller relevanten Artikel im Themenschwerpunkt Holz, Papier und Tissue sind FSC®- oder Blauer-Engel-zertifiziert.

430 Filialen (insgesamt nun 43 Prozent) auf moderne Kälteanlagen umgerüstet.

Wasser ist in vielen Produktions- und Anbaubereichen ein knappes und gefährdetes Gut. Deshalb arbeiten der WWF und Netto im Themengebiet **Süßwasser** daran, ein gezieltes, Web-Tool-basiertes Wassermanagementsystem aufzubauen, um Wasserrisiken erkennen und mindern zu können. Die Arbeit trägt bereits Früchte: Im vergangenen Berichtszeitraum wurde das EDEKA-Wasserrisiko-Tool in Obst- und Gemüsebereichen ausgerollt. Die größten Lieferanten hinsichtlich des Warenumsatzes haben bereits ihre Wasserrisiken ermittelt und erste Nachweise für deren Verringerung erbracht. Darüber hinaus wurden im

Berichtszeitraum sowohl die Kennzahlen für die Wasser-Risikotransparenz als auch für die Wasser-Risikoreduktion vollständig für alle im Tool vorliegenden Daten erfasst und dokumentiert. Unter Risikotransparenz wird der Anteil der im EDEKA-Wasserrisiko-Tool erfassten Umsatzmengen an Gesamtumsatzmengen aus kritischen Ländern verstanden. Die Risikoreduktion bezieht sich auf den Anteil der im EDEKA-Wasserrisiko-Tool erfassten Umsatzmengen mit vollständiger Nachweiseinbringung an Gesamtumsatzmengen aus kritischen Ländern.

Beim neu in das Monitoring aufgenommenen Themenschwerpunkt **Verpackungen** liegen bereits sechs von sieben Zielvereinbarungen vor. In fünf

Teilbereichen wurden Basisdaten zur Fortschrittsmessung in den Folgejahren ermittelt und bei den Einweg-Tragetaschen und Knotenbeuteln konnte sogar schon ein erster Vergleich vorgenommen werden, da hier bereits Daten aus dem Jahr 2017 vorlagen. Ziel ist es, eine Reduktion des Verbrauchs dieser Artikel zu erreichen. Während es bei den Einwegtaschen noch keine Einsparungen gab, ist dies bei den Knotenbeuteln bereits gelungen: Im Jahr 2018 wurden rund zehn Prozent weniger Knotenbeutel an die Netto-Märkte ausgegeben als noch im Jahr 2017. Darüber hinaus führte Netto 2019 einen Recyclingwegweiser auf ersten Eigenmarkenverpackungen ein, um den Kunden eine Hilfestellung bei der sachgerechten Trennung und Entsorgung von Verpackungen zu geben.

Die Erfolge im sogenannten **Zitrusprojekt**, dem Feldprojekt „Gemeinsam für eine bessere Orange“ können sich ebenfalls sehen lassen. Im Berichtszeitraum waren neun Orangenfarmen mit insgesamt 716 Hektar Fläche am Projekt beteiligt. Auf den Farmen konnten im Jahr 2018 806 Millionen Liter Wasser eingespart und die Arten-

vielfalt gezielt gefördert werden. Davon zeugen 1.327 gepflanzte Bäume und Sträucher sowie fünf Schwimminseln von insgesamt 24 Quadratmetern, die mit rund 950 Wasserpflanzen bepflanzt wurden. Darüber hinaus wurden 35 Anstanzstangen für Greifvögel und 16 Nistkästen aufgestellt sowie insgesamt 1.125 Meter Steinmauern für Reptilien angelegt und unter Schutz gestellt.

Ebenfalls Bestandteil der Partnerschaft sind die sogenannten co-gebrandeten Produkte, die als Wegweiser durch die Netto-Märkte führen. Zum 30.06.2019 waren 283 mit dem WWF-Logo gekennzeichnete Produkte im Sortiment. Davon sind 185 Bio-, 61 MSC-, 26 FSC®-zertifiziert und elf mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.

Trotz vieler Erfolge der langjährigen strategischen Partnerschaft, gibt es noch viel zu tun. Netto und der WWF arbeiten weiterhin an einer vollumfänglichen Umstellung des Fisch- und Meeresfrüchtesortiments, der Erhöhung des Recyclinganteils bei Papier-, Pappe- und Hygieneprodukten sowie der Umstellung von „Book & Claim“

**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**

auf RSPO Mass Balance-zertifizierte Bestandteile bei Artikeln mit Derivaten und Fraktionen von Palmöl. Auch die Umstellung von mindestens 30 Prozent des in Netto-Eigenmarken eingesetzten

Palm(kern)öls nach POIG-Kriterien<sup>11</sup> und die Erfüllung der Ziele in den Teilssegmenten Weiße und Gelbe Linie im Themenschwerpunkt Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung stellen noch

eine Herausforderung dar. Nicht zuletzt Erfolge erzielt werden: eine testierte und veröffentlichte Klimabilanz gehört neben der Etablierung der Climate

Supplier Initiative – ein Zusammenschluss verschiedener Akteure der Branche für gemeinsame Klimaschutzmaßnahmen in der Lieferkette – zu den Zielen in diesem Schwerpunkt.

## 1.5 SYSTEMATIK DER BEWERTUNG

Im Fortschrittsbericht werden die einzelnen Teilziele sowie der jeweilige Prozessfortschritt dargestellt. Die Bewertung erfolgt im Vergleich zum Vorjahresergebnis. Stichtag ist jeweils der 30.06. Folgende Bewertungskategorien sind möglich:

-  **Ziel erreicht**
-  **Signifikante Verbesserung zum Vorjahr<sup>12</sup> / Signifikanter Zielerreichungsgrad<sup>13</sup>**
-  **Ziel in Arbeit / Baseline erstellt<sup>14</sup>**
-  **Signifikante Verschlechterung. Zielerreichung bedroht<sup>15</sup>**
-  **Ziel verfehlt<sup>16</sup>**

Die Spalte „Ausblick“ stellt eine Einschätzung mit Blick auf die zu erwartende Entwicklung bis zum Monitoring 2020 dar. Hier sind folgende Bewertungskategorien möglich:

-  **Ziel erreicht**
-  **Positive Entwicklung erkennbar, Zielerreichung erkennbar**
-  **Keine eindeutige Tendenz erkennbar<sup>17</sup>**
-  **Negative Entwicklung erkennbar, Zielerreichung nicht absehbar**

**Bereits in Vorjahren erfüllte Ziele werden unter Angabe des Jahres der Zielerreichung separat unter „Erreichtes“ dargestellt. Bei den erreichten Zielen konnte das bisherige Niveau gehalten werden.**

<sup>11</sup> Die Palm Oil Innovation Group ist eine im Jahr 2013 gegründete Multi-Stakeholder Initiative mit dem Ziel, innovative und nachhaltige Praktiken im Palmölanbau gemeinsam mit Akteuren der gesamten Lieferkette umzusetzen. POIG baut auf den Prinzipien und Kriterien des RSPO auf und fordert die Umsetzung zusätzlicher Anforderungen.

<sup>12</sup> Verbesserung um mehr als fünf Prozent im Vergleich zum Vorjahresergebnis, wenn die Ziele unverändert geblieben sind.

<sup>13</sup> Wenn der Zielerreichungsgrad mehr als 95 Prozent beträgt.

<sup>14</sup> Ziele, deren Erreichung mit einem anderen Ziel verknüpft sind, werden als „Ziel in Arbeit“ bewertet.

<sup>15</sup> Verschlechterung um mehr als fünf Prozent im Vergleich zum Vorjahresergebnis, wenn die Ziele gleich geblieben sind.

<sup>16</sup> Wenn ein Ziel erstmalig die vereinbarte Deadline verfehlt. In den Folgejahren wird das Ziel bis zur Zielerreichung als „Ziel in Arbeit“ bewertet.

<sup>17</sup> 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.

# 2. Die Fortschritte in den Themenfeldern



FISCH  
UND MEERES-  
FRÜCHTE



HOLZ/  
PAPIER/  
TISSUE



PALMÖL



SOJA/NACH-  
HALTIGERE  
NUTZTIER-  
FÜTTERUNG



KLIMA



SÜSSWASSER



VERPACKUNG

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

# 2.1 FISCH UND MEERESFRÜCHTE

Netto und der WWF fördern regulierte Fischereimethoden, die Ökosysteme schonen und ungewollten Beifang reduzieren. Der Schutz von Mangrovenwäldern trägt zur Minderung des Klimawandels bei, da diese bis zu fünfmal mehr Kohlendioxid als normale Wälder binden.

Zusätzlich zu den übergreifenden SDGs der Partnerschaft (siehe S. 6f.) trägt dieses Themenfeld zur Erreichung folgender SDGs bei:



**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

# BIODIVERSITÄTS-HOTSPOTS IM WASSER: LEBENSRAUM HOHE SEE UND MANGROVENWÄLDER ERHALTEN

## FÜR MEHR ARTENVIELFALT AUF HOHER SEE

Der durchschnittliche weltweite Pro-Kopf-Fischkonsum hat sich in den letzten 50 Jahren verdoppelt. Gefischt wird deshalb vor allem dort, wo möglichst viele Fische leben. Doch gerade dort fehlt es an verbindlichen Regeln, um Überfischung und Beifang zu vermeiden. Zudem finden kaum Kontrollen statt. Das bleibt nicht ohne Folgen. Alleine zwischen 1970 und 2010 hat sich die Anzahl der Speisefische in den Meeren halbiert. 93 Prozent der Fischbestände sind mittlerweile überfischt oder bis an ihre Grenzen befischt. Netto und der WWF engagieren sich daher für nachhaltigen Fischfang und gegen das Artensterben in den Ozeanen.

## MANGROVENWÄLDER ALS KINDERSTUBE MARINER ARTEN

Mangroven spielen beim Kampf gegen das Artensterben eine herausragende Rolle. Sie sind nicht nur Lebensraum für zahlreiche Fische, sondern auch für eine Vielzahl von Säugtieren, Reptilien und Vögeln. Doch in den letzten 70 Jahren ist etwa die Hälfte der globalen Mangrovenbestände zerstört worden. Aquakulturen, die in Südostasien Garnelen für den Export produzieren, sind einer der größten Treiber für den Verlust von Mangroven. Netto hat deshalb nur noch zertifizierte Shrimps im Eigenmarkensortiment. So soll unter anderem verhindert werden, dass Mangroven neuen Shrimp-Farmen weichen müssen.



Foto: happystock, Shutterstock

**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

2.7 Verpackung

**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 dafür, ein 100 Prozent nachhaltiges Sortiment auch bei diesen durchzusetzen.

Netto und WWF fördern neue Fischereimethoden, damit besondere Lebensräume besser geschützt wer-

den, 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 undo-

kumentierte Fischerei (IUU) eingehalten sind. Die Analyse hilft im Anschluss, Maßnahmen zu entwickeln, die die Risiken für Missbrauch verringern. Die Lieferanten setzen die Maßnahmen um, 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 30.06.2019	AUSBLICK
<b>Umstellung des Eigenmarkensortiments auf nachhaltigere Produkte</b>		
Netto-Eigenmarken	→ 82 % der Produkte „Gute Wahl“ <sup>18</sup> , 18 % „Zweite Wahl“, 0 % „Lieber nicht“	⇨
davon Wildfisch (86 %)	→ 83 % der Produkte „Gute Wahl“, 17 % „Zweite Wahl“, 0 % „Lieber nicht“	⇨
davon Aquakultur (14 %)	↗ 77 % der Produkte „Gute Wahl“, 23 % „Zweite Wahl“, 0 % „Lieber nicht“	⇨
Tiernahrung	↗ 10 % der Produkte „Gute Wahl“, 26 % „Zweite Wahl“, 65 % „Lieber nicht“ <sup>19</sup>	⇨



Foto: Lucas more, Shutterstock

<sup>18</sup> Prozentangaben sind gerundet und ergeben 81,91 %: MSC – 70,21 %, Bio – 3,19 %, ASC – 6,38 %, Score 2 – 2,13 %.

<sup>19</sup> Prozentangaben sind gerundet, daher ergeben sie in Summe nicht immer genau 100 Prozent.

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**STATUSERHEBUNG**

Als Fisch und Meeresfrüchteangebot gelten alle Produkte, die in der Verkehrsbezeichnung das Wort Fisch oder eine Fischart tragen sowie alle Produkte mit einem Fischanteil von mindestens 15 Prozent. Betrachtet werden alle Produkte, die sich zum Stichtag 30.06.2019 im Sortiment befinden (inklusive Aktionsartikel, die seit 01.07.2018 vorübergehend im Sortiment waren).

Der WWF lässt nicht zertifizierte Fischereien durch unabhängige Experten mit einer transparenten Methode bewerten. Kriterien sind: Bestandszustand, ökologische Auswirkungen und Management des Bestandes. Die Bewertungen werden in der WWF-Fisch-Datenbank zusammengefasst. Unter [www.wwf.de/fischratgeber](http://www.wwf.de/fischratgeber) werden die Bewertungen für die wichtigsten Fischarten erläutert.

Produkte werden mit „Gute Wahl“ (grün) bewertet, wenn sie nach einem vom WWF anerkannten Umweltstandard (MSC für Wildfisch, ASC, EU-Bio oder Naturland bei Zuchtfisch) zertifiziert sind, oder wenn sie in der WWF-Fischdatenbank mit den Scores 1–2 bewertet sind. Score 3 entspricht der Bewertung „Zweite Wahl“ (gelb), die Scores 4–5 werden mit „Lieber nicht“ (rot) bewertet.

Beim Monitoring wird bei Produkten, die von verschiedenen Lieferanten bezogen werden, jedoch unter dem gleichen Namen und in optisch gleicher Verpackung verkauft werden und deren Fischbestandteile aus Fischereien mit unterschiedlicher Bewertung stammen, die jeweils schlechteste Bewertung herangezogen.

**STATUS**

Im Berichtszeitraum konnte Netto den positiven Trend der letzten Jahre aufrechterhalten. Inzwischen stammen rund 82 Prozent der insgesamt 94 Produkte aus nachhaltigen Quellen. So konnte etwa das Produkt „Thunfischfilets geschnitten, in eigenem Saft und Aufguss“, das im letzten Jahr noch mit „Lieber nicht“ bewertet wurde, zumindest auf eine Quelle umgestellt werden, die mit „Zweite Wahl“ bewertet ist. Die größte prozentuale Verbesserung lag wie schon im letzten Jahr im Bereich der Aquakultur. Hier sind inzwischen 77 Prozent der Produkte mit „Gute Wahl“ bewertet. Neu im Sortiment ist zum Beispiel ein Lachsfilet aus biologischer Aquakultur.

Um das Ziel eines vollständig nachhaltigen Sortiments bis 2022 zu erreichen, müssen in den kommenden Jahren noch Produkte umgestellt werden, für die bisher keine nachhaltigen Alternativen gefunden wurden. Dazu gehören zum Beispiel Sardinen, für die aktuell nur wenig zertifizierte Ware zur Verfügung steht, da seit 2018 zwei wichtige Sardinen Fischereien wegen Nichterfüllung der Kriterien

nicht mehr mit dem MSC-Siegel ausgezeichnet werden.

Neu im Sortiment sind auch argentinische Rotgarnelen aus einem Fishery Improvement Project vor der Küste Argentiniens, an dem der WWF beteiligt ist. Ziel des Projektes ist es, die Fischerei durch kontinuierliche Verbesserungen hin zu einer MSC-Zertifizierung zu führen. Dieses Produkt wird bei der in Tabelle 1 beschriebenen Statuserhebung nicht berücksichtigt, da die Fortschrittmessung hier mit einer anderen Methode vorgenommen wird. Auf der Seite [www.fisheryprogress.org/fip-profile/argentina-onshore-red-shrimp-bottom-trawl](http://www.fisheryprogress.org/fip-profile/argentina-onshore-red-shrimp-bottom-trawl) wird regelmäßig über den Fortschritt des Projekts berichtet.

Im Bereich Tiernahrung sind drei kritische Produkte weggefallen und zwei MSC-zertifizierte Produkte hinzugekommen, sodass insgesamt auf eine positive Entwicklung zurückgeblickt werden kann. Trotzdem ist insgesamt nur rund jedes zehnte Produkt aus dem Bereich Tiernahrung aus Sicht des WWFs eine „Gute Wahl“.

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**ENTWICKLUNG DES NETTO-EIGENMARKENSORTIMENTS FISCH UND MEERESFRÜCHTE**

NETTO-EIGENMARKEN-SORTIMENT	GESAMT ARTIKEL ANZAHL	GUTE WAHL			ZWEITE WAHL			LIEBER NICHT WAHL		
		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	3	59	0	2	27	0	0
	Prozent	100 %	7 %	3 %	61 %	0 %	2 %	28 %	0 %	0 %
Erhebung 2018	Produkte	93	9	1	62	0	0	20	1	0
	Prozent	100 %	10 %	1 %	67 %	0 %	0 %	21 %	1 %	0 %
Erhebung 2019	Produkte	94	6	3	66	0	2	17	0	0
	Prozent	100 %	6 %	3 %	70 %	0 %	2 %	18 %	0 %	0 %

**Tabelle 1:** Entwicklung des Netto-Eigenmarkensortiments (Wildfisch und Aquakultur) im Zeitverlauf beginnend mit der Baseline 2012 bis zur letzten Erhebung 2019. Aufgrund von Rundungsdifferenzen entspricht die Summe der Prozentangaben innerhalb einer Zeile nicht immer 100 %.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Zur Zusammensetzung der Ergebnisse „Gute Wahl“ siehe auch Fußnote 18.

**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

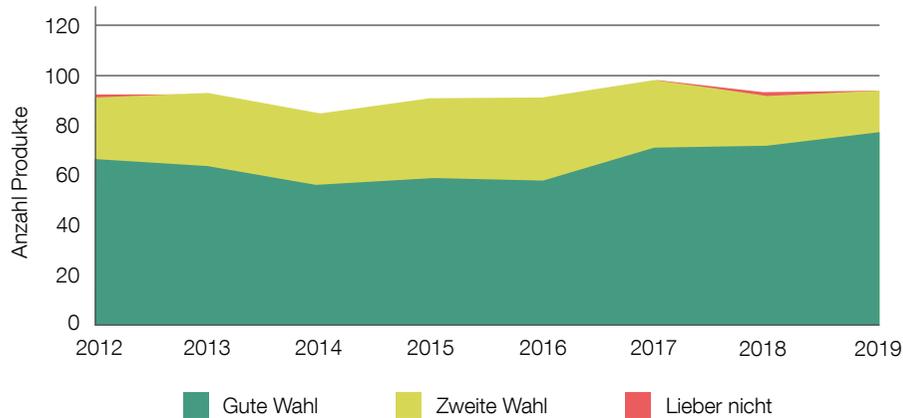
2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**ENTWICKLUNG DES EIGENMARKENSORTIMENTS IM BEREICH WILD UND ZUCHTFISCH VON 2012 BIS 2019**



**Abbildung 1:** Entwicklung des Netto-Eigenmarkensortiments Fisch und Meeresfrüchte. Zur Methodik: siehe „Stuserhebung“ (S.16)

**ERREICHTES**

**TEILZIEL**

Auslistung bedrohter Arten

**ZIELERREICHUNG**

Keine Meldung von Verstößen

06/2016 ✓

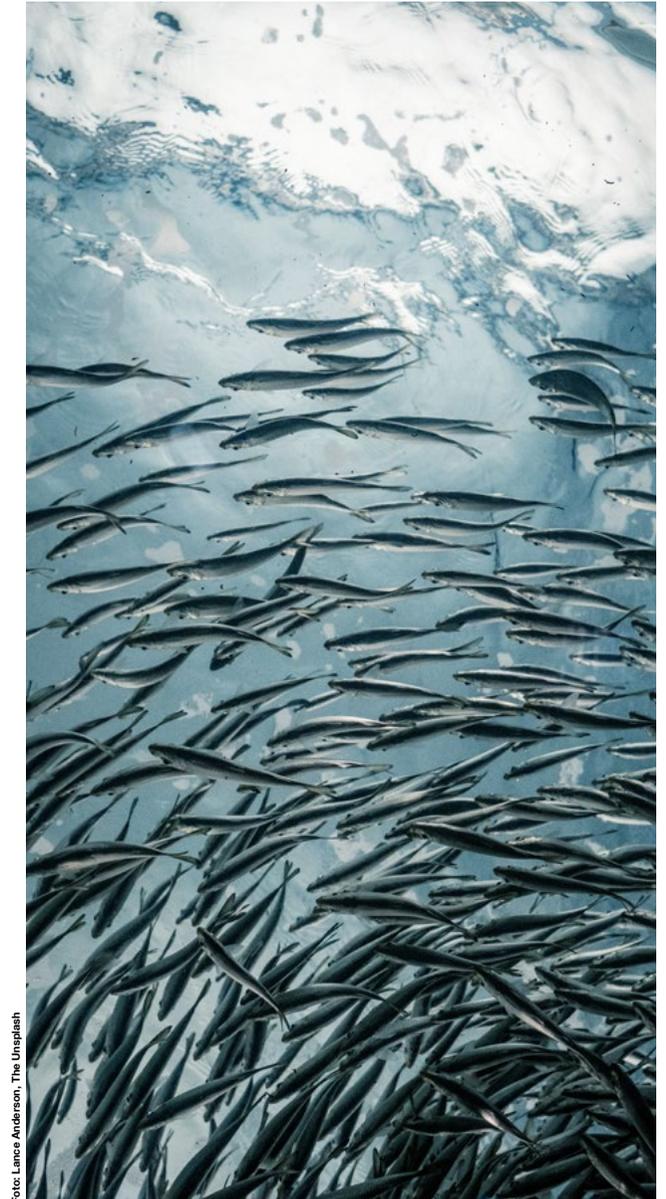


Foto: Lance Anderson, The Unsplash

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

# 2.2 HOLZ / PAPIER / TISSUE

Eine konsequente Anwendung der FSC®-Zertifizierung kann dazu beitragen, eine nachhaltige Waldwirtschaft auszuweiten und zu stärken. Nachhaltige Waldbewirtschaftung sorgt für sauberere Luft und besseres Grundwasser, kann Einkommen und Arbeitsplätze schaffen und trägt zum Klimaschutz bei.

Zusätzlich zu den übergreifenden SDGs der Partnerschaft (siehe S. 6f.) trägt dieses Themenfeld zur Erreichung folgender SDGs bei:



**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

# BIODIVERSITÄTS-HOTSPOT AN LAND: WÄLDER UND IHRE BEWOHNER SCHÜTZEN

## WÄLDER VOLLER ARTEN

80 Prozent aller an Land lebenden Pflanzen und Tiere sind in Wäldern zu Hause. Besonders tropische Regenwälder sind ein Hotspot der Biodiversität. Obwohl sie nur sieben Prozent der nutzbaren Ermlandfläche bedecken, leben dort 50 Prozent aller Tier- und Pflanzenarten.<sup>21</sup>

## WELTWEIT SIND WÄLDER IN GEFAHR

Schon seit Jahrzehnten wird in großem Maße Regenwald für die Holzwirtschaft gefällt, zugleich schaffen Brandrodungen Flächen, um den weltweiten Hunger nach Fleisch zu stillen. Allein zwischen 1990 und 2015 wurde Naturwald von einer Fläche fast siebenmal so groß wie Deutschland vernichtet.<sup>22</sup> Besonders im Amazonas, aber auch in Russland, Asien und Afrika verschwinden Wälder in rasantem Tempo.

## ZUSAMMENSPIEL VON MENSCH UND NATUR

Dabei kann eine verantwortungsvolle Waldbewirtschaftung die Vernichtung des Lebensraumes Waldes verhindern. Zertifizierungssysteme, die Wälder mit hoher Biodiversität schützen und eine nachhaltige Waldnutzung fördern, bringen Ökologie und Ökonomie in Einklang. Sie ermöglichen Verbrauchern, sich für Produkte aus einer umwelt- und sozialverträglicheren Land- und Waldbewirtschaftung zu entscheiden und so Wälder mit ihrer hohen Biodiversität zu schützen.<sup>23</sup> Deshalb hat Netto in Zusammenarbeit mit dem WWF unter anderem alle Eigenmarken aus Holz, Papier und Tissue auf nachhaltiger produzierte und zertifizierte Alternativen umgestellt.



Foto: Vornnang, Shutterstock

<sup>21</sup> <https://www.carbon-connect.ch/de/klimalounge/news-detail/143/co2-speicherkapazitaet-der-regenwaelder-laesst-nach-der-wald-sieht-rot-teil-1/> (18.11.2019)

<sup>22</sup> WWF Deutschland (2018): Die schwindenden Wälder der Welt – Zustand, Trends, Lösungswege – WWF-Waldbericht 2018, S2.

<sup>23</sup> Ebd., S.17

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**ZIEL**

Netto will alle Holz- und Papier-Eigenmarkenprodukte auf vorzugsweise Recycling mit dem Siegel Blauer Engel oder FSC®<sup>24</sup> umstellen. Dieses Ziel gilt für alle Endverbraucher-, Transport- und Versandverpackungen der Eigenmarken sowie sämtliches Verpackungsmaterial bis Ende 2017. Dieses Bestandsziel wird weiterhin von Netto auf einem hohen Erfüllungsniveau verfolgt. 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.<sup>25</sup> 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 30.06.2019	AUSBLICK
<b>Umstellung auf FSC®/Recycling-Produkte</b>		
Holz- und Papier-Produkte	↑ 100 % Blauer Engel-/FSC®-(100 %, Mix oder Recycling) zertifiziert Arbeit am weiteren Ausbau des Recycling-Anteils (FSC®-Recycling oder Blauer Engel).	⇒
Tissue-Produkte	↑ 100 % Blauer Engel-/FSC®-(100 %, Mix oder Recycling) zertifiziert Arbeit am weiteren Ausbau des Recycling-Anteils (FSC®-Recycling oder Blauer Engel).	⇒
<b>Umstellung auf FSC®/Recycling-Produkte</b>		
Endverbraucherpackungen	↗ 98,38 % der Endverbraucherpackungen sind FSC®-zertifiziert.	⇒
Karton-Umverpackungen (bis Ende 2017)	↑ Bei 97,92 % aller Artikel ist die Verwendung FSC®-zertifizierter Recyclingkarton-Umverpackungen über vertragliche Vereinbarungen mit Lieferanten abgedeckt.	⇒

<sup>24</sup> FSC® steht für „Forest Stewardship Council®“. Es ist ein internationales Zertifizierungssystem für nachhaltigere Waldwirtschaft. Das Holz mit FSC®-Siegel für die Herstellung von Möbeln, Spielzeugen, Büchern, Schulheften, Bleistiften und anderer Produkte kommt aus Wäldern, die verantwortungsvoller bewirtschaftet werden. Es gibt zehn weltweit gültige Prinzipien, die von allen FSC®-Standards 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 Wälder langfristig erhalten werden. Bei FSC®-zertifizierten Wäldern handelt es sich jedoch nicht um unberührte Natur. Die Holzentnahme kann durchaus intensiv sein.

<sup>25</sup> Bei Verpackungen wird zwischen Produktverpackungen sowie Transport- und Versandverpackungen unterschieden. Verpackungen, die einen 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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**STATUS**

Der überwiegende Anteil des Eigenmarkensortiments mit Holz- oder Bambusbestandteilen ist auf FSC®-100-Prozent umgestellt. Das FSC®-100-Prozent-Kennzeichen steht für Produkte, die ausschließlich Material aus FSC®-zertifizierten Wäldern enthalten. Unter den Netto-Produkten sind jedoch auch solche, die lediglich

dem FSC®-Mix entsprechen. Bei der FSC®-Mix Produktion werden sowohl Materialien aus FSC®-zertifizierten Wäldern und/oder Recyclingmaterial als auch Material aus kontrollierten Quellen verwendet. FSC®-zertifiziertes oder Post-Consumer-Recycling-Material wird dabei entweder zu mindestens 70 Prozent eingesetzt

KATEGORIEN	ANZAHL DER ARTIKEL	DAVON UMGESTELLT <sup>26</sup>	DAVON RECYCLING <sup>27</sup>
<b>Netto-Eigenmarkenartikel</b>			
Grillkohle	5	100 %	0,00 %
Tissue	47	100 %	2,13 %
Holz- und Papierartikel (inklusive Büroartikel)	37	100 %	13,51 %
<b>Netto-Eigenmarkenverpackungen</b>			
Endverbraucher- verpackungen	1.050	98,38 %	6,67 %
Sekundärverpackungen	4.882	97,92 % <sup>28</sup>	–

**Tabelle 2:** Umstellung der Netto-Eigenmarken und Verpackungen auf FSC®/Recycling. Gezählt werden alle Artikel, die sich am Stichtag 30.06.2018 im Sortiment befanden. Darunter können sich auch Aktionsartikel befinden.

<sup>26</sup> Umstellung auf FSC®-100 %, FSC®-Mix, FSC®-Recycling oder Blauer Engel

<sup>27</sup> Blauer Engel oder FSC® Recycling

<sup>28</sup> Die 97,92% beziehen sich auf 96 Artikel, welche als Stichproben gezogen wurden.

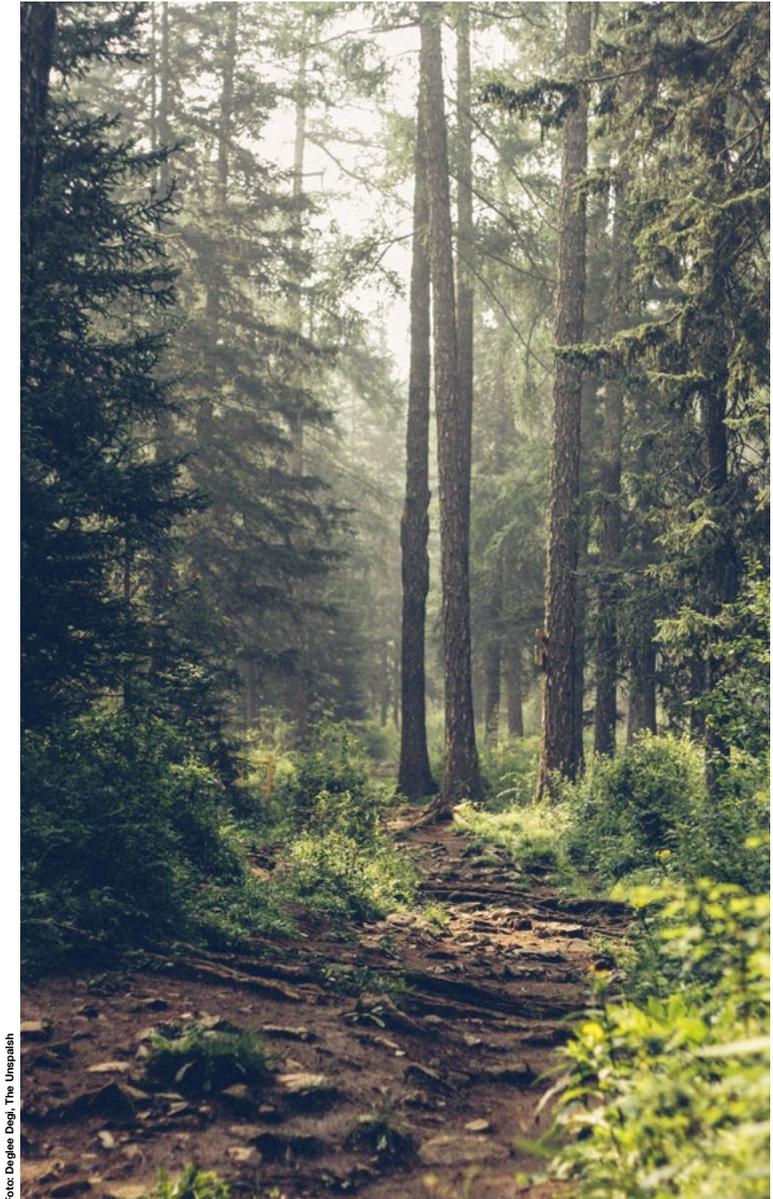


Foto: Deglee Degl, The Unsplash

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**



oder es wird eine mindestens äquivalente Menge im Produktionsprozess verwendet. 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. Erstmalig wurde auch der Anteil der Karton- Umverpackungen mit ins Monitoring aufgenommen. Das betrifft vor allem Tray (Tablett)-Verpackungen.

Neben den Tissue-Artikeln (Taschentücher und ähnliches) und der Grillkohle sind nun auch alle Holz- und Papierprodukte zu 100 Prozent FSC®-zertifiziert, das sind sechs Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Damit hat Netto einen Meilenstein erreicht: Alle vertragsrelevanten Artikel aus dem Holz-Papier-Tissue-Bereich sind somit mindestens FSC®-zertifiziert.

Der Anteil der umgestellten Primärverpackungen (inklusive Getränkekartons),

**ERREICHTES**

TEILZIEL		ZIELERREICHUNG
<b>Umstellung auf FSC®/Recycling</b>		
Getränkekartons	100 % FSC®-zertifiziert	06/2016 ✓
Grillkohle	100 % FSC®-zertifiziert	06/2018 ✓

also Verpackungen, die in direkten Kontakt mit dem Produkt kommen, ist im Vergleich zum Vorjahr von 95 Prozent auf rund 98 Prozent gestiegen. Ziel ist es weiterhin, den Anteil an Recyclingmaterial sowohl bei Produkten als auch bei Verpackungen zu erhöhen. Doch die technische Machbarkeit steht dem derzeit teilweise noch im Wege. So sind beispielsweise Getränkekartons mit FSC®-Recyclingfasern derzeit nicht am Markt verfügbar. Auch verschiedene Holzartikel wie Grillkohle oder Buntstifte gibt es bisher nicht aus Recyclingmaterial.

Ebenfalls neu ist die Prüfung der Umstellung der Transportverpackungen: Sie belegt, dass bereits bei nahezu 98 Prozent der Stichproben<sup>28</sup> (n=96) eine vertragliche Verpflichtung

des Lieferanten besteht, Karton- Umverpackungen aus Recyclingmaterial zu verwenden.

Im Jahr 2017 wurden die Ziele der Partnerschaft ausgeweitet und teilweise nachgeschärft. Ab 2020 wird es das Ziel sein, auch alle Etiketten sowie Holz- und Papierbestandteile der Eigenmarken umzustellen. Dazu gehören beispielsweise Füllmaterialien, Holzgriffe und Heißfilterpapiere. 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.

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

# 2.3 PALMÖL

Die konsequente Verwendung zertifizierter Palmölbestandteile leistet den Kernbeitrag zur Erfüllung der SDGs: Der Round Table for Sustainable Palm Oil (RSPO) fordert unter anderem die effiziente Nutzung fossiler Energieträger und erneuerbarer Energien, die Reduktion von Treibhausgasen, den nachhaltigen Einsatz von Wasser und das Verbot von Brandrodungen ein. Er verpflichtet Produzenten, Nahrungsmittel und Wasser in guter Qualität und ausreichender Quantität für die Arbeiterinnen und Arbeiter auf den Plantagen zur Verfügung zu stellen.

Zusätzlich zu den übergreifenden SDGs der Partnerschaft (siehe S. 6f.) trägt dieses Themenfeld zur Erreichung folgender SDGs bei:



**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

# BIODIVERSITÄTS-HOTSPOT TROPEN: REGENWÄLDER SCHÜTZEN

## LEBENSRAUM UND WASSERSPEICHER REGENWALD

Tropische Wälder gehören zu den artenreichsten Ökosystemen. Sie beherbergen rund zwei Drittel der weltweit an Land lebenden Tier- und Pflanzenarten. Auch nehmen sie Niederschläge auf und geben sie über die Blätter wieder ab. So bilden sich Wolken, die auch in weit entfernten Trockengebieten für lebensnotwendigen Regen sorgen.

## PALMÖLPRODUKTION VERDRÄNGT LEBENSÄUME

Weltweit hat sich der Waldverlust in den vergangenen Jahren durch Aufforstung, neue Forstplantagen und politische und gesetzgeberische Interventionen zwar verlangsamt, doch die Entwaldungsrate in tropischen und subtropischen Ländern mit kommerzieller Landwirtschaft ist nach wie vor hoch.<sup>29</sup> Der Anbau von Ölpalmen spielt dabei eine große Rolle. Die Nachfrage nach Palmöl ist in den vergangenen 20 Jahren stark gestiegen. Entsprechend wuchs die Anbaufläche. Heute bedecken Palmöl-Plantagen weltweit ca. 18,7 Millionen Hektar.<sup>30</sup> Vor allem in den Hauptproduktionsländern Malaysia und Indonesien tragen die riesigen Monokulturen entscheidend zum Artensterben bei.

## ZERTIFIZIERTES PALMÖL ALS TEIL DER LÖSUNG

Um einem weiteren Verlust an Biodiversität und Waldflächen entgegenzuwirken, sind Netto-Eigenmarken wie beispielsweise die Margarine nach dem Runden Tisch für nachhaltiges Palmöl (RSPO)<sup>31</sup> zertifiziert. Ein zentraler Bestandteil ist hierbei das Verbot der Umwandlung von tropischen Regenwäldern in Palmölplantagen.

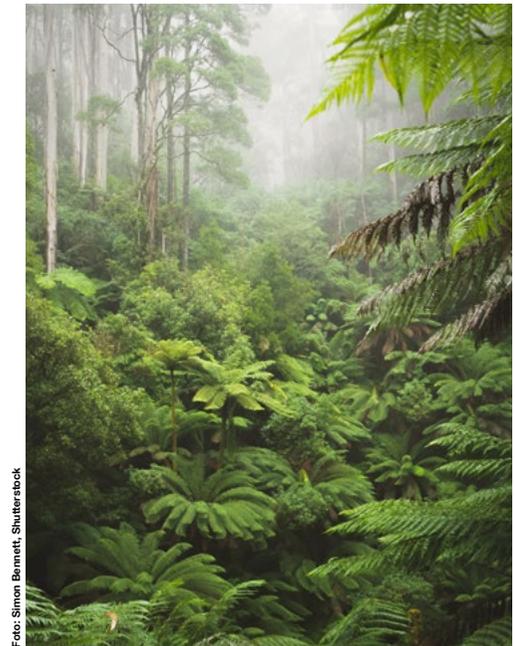


Foto: Simon Bennett, Shutterstock

<sup>29</sup> WWF. 2018. Living Planet Report – 2018: Aiming Higher. Grooten, M. and Almond, R.E.A.(Eds). WWF, Gland, Switzerland.

<sup>30</sup> Dies entspricht in etwa der Fläche Deutschlands ohne Bayern. [https://www.spott.org/wp-content/uploads/sites/3/2017/05/Hidden-Land\\_Hidden-Risks.pdf](https://www.spott.org/wp-content/uploads/sites/3/2017/05/Hidden-Land_Hidden-Risks.pdf) (15.08.2019)

<sup>31</sup> Siehe <https://www.rspo.org/principles-and-criteria-review> (18.11.2019)

## 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

2.7 Verpackung

## 3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

## 4. Produktbezogene Kommunikation

## 5. Bestätigungsvermerk

## ZIEL

In allen Eigenmarkenartikeln mit reinem Palmöl verwendet Netto weiterhin reines, zertifiziertes Palmöl nach dem RSPO-Segregated- (SG) oder Identity Preserved (IP)- Lieferkettenmodell.

Auch bei Palmkernöl greift Netto – wo möglich – auf diese Qualitäten zurück. In allen Artikeln mit Derivaten und Fraktionen<sup>32</sup> aus Palm(kern)öl wird mindestens RSPO Mass Balance (MB)-zertifizierter Rohstoff eingesetzt.

Netto bleibt Mitglied im RSPO und wird durch EDEKA als Mitglied des Verbund im Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP)<sup>33</sup> vertreten. Des Weiteren strebt Netto an, dass bis spätestens 2020 mindestens 30 Prozent des in Eigenmarken eingesetzten Palm(kern)öls inklusive Derivate und Fraktionen die POIG-Kriterien erfüllt. Diese umfassen soziale und ökologische Anforderungen, die über die des RSPO-Standards hinausgehen.

<sup>32</sup> Palm(kern)öl kann 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.

<sup>33</sup> Das FONAP ist ein Zusammenschluss von derzeit (Stand Juni 2019) 49 Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Verbänden und dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Ziel des FONAP ist es, den Anteil nachhaltig erzeugten Palmöls auf dem deutschen, österreichischen und schweizerischen Markt signifikant zu erhöhen und gleichzeitig existierende Standards und Zertifizierungen zu verbessern.

## ROUNDTABLE ON SUSTAINABLE PALM OIL (RSPO)

Der 2004 gegründete RSPO hat das Ziel, nachhaltige Anbaumethoden für Palmöl zu fördern und so die negativen Auswirkungen der Palmöl-Produktion zu begrenzen. Mitglieder sind neben Nichtregierungsorganisationen vor allem Unternehmen und Institutionen aus der Wertschöpfungskette des Palmöls, darunter Plantagenbetreiber, Händler und industrielle Abnehmer von Palmöl, aber auch Investoren und Banken.

### Der neue RSPO-Standard

Im Rahmen einer öffentlichen Konsultation wurden die Prinzipien und Kriterien des RSPO im Jahr 2018 überarbeitet. Sie umfassen nun höhere soziale und ökologische Anforderungen, unter anderem zur Ernährungssicherheit von Gemeinden, in denen Palmöl produziert wird, zur Unterstützung von Kleinbauern und verschärfte Regelungen zum Einsatz von Unkraut- und Schädlingsbekämpfungsmitteln sowie der zu schützenden Flächen. Die Umsetzung der neuen Produktionsanforderungen ist für Mitglieder seit November 2019 verpflichtend.

### RSPO-Lieferkettenmodelle

**Identity Preserved (IP):** Das im Artikel verarbeitete Palmöl wird entlang der gesamten Lieferkette getrennt verarbeitet und kann bis zu bestimmten Plantagen zurückverfolgt werden.

**Segregated (SG):** Die im Artikel verwendete Ware wird entlang der Lieferkette getrennt verarbeitet und stammt von verschiedenen Plantagen und Mühlen, die alle RSPO-zertifiziert sind.

**Mass Balance (MB):** Die Handelsströme von zertifiziertem und nicht-zertifiziertem Palmöl sind nicht getrennt, auch Ware von nicht-zertifizierten Plantagen wird im Artikel verarbeitet.

**Book & Claim (B&C):** Nicht-zertifiziertes Palmöl wird über virtuelle Zertifikate abgedeckt, die von RSPO-zertifizierten Produzenten angeboten werden. Hierdurch soll die Produktion von nachhaltigerem Palmöl erhöht werden. Es befindet sich keine zertifizierte Ware im Produkt. Es besteht auch die Möglichkeit, Zertifikate von kleinbäuerlichen Betrieben zu erwerben, um diese gezielt zu unterstützen.

**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

2.7 Verpackung

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

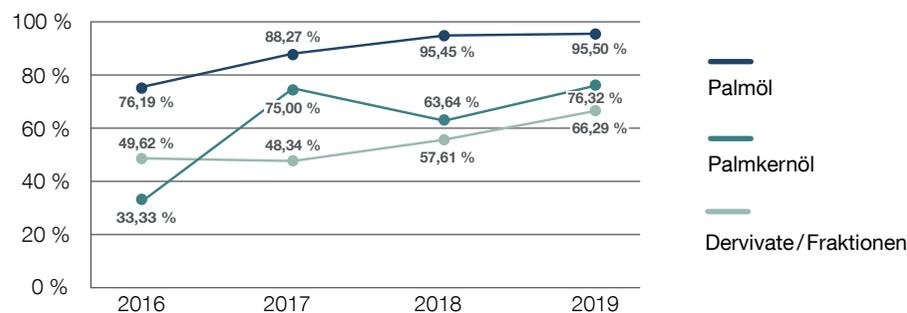
**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK**

TEILZIEL	STATUS 30.06.2019	AUSBLICK
<b>Umstellung des Eigenmarkensortiments auf zertifizierte Quellen nach den RSPO-Lieferkettenmodellen „IP“, „SG“ oder „MB“</b>		
Artikel mit reinem Palmöl	↗ Umstellung auf 0,9 % RSPO IP und 94,59 % RSPO SG erfolgt. 3,15 % sind MB zertifiziert. 1,35 % sind nicht umgestellt.	⇒
Artikel mit Palmkernöl	↗ Umstellung von 76,32 % auf RSPO SG erfolgt. 23,68 % sind MB zertifiziert.	⇒
Artikel mit Derivaten/ Fraktionen aus Palm(kern)öl	↗ Umstellung von 18,54 % auf RSPO SG und 47,75 % auf MB. 33,15 % sind über Book & Claim abgedeckt. 0,56 % sind nicht umgestellt.	⇒
<b>Mitgliedschaft sowie Engagement für Zusatzkriterien</b>		
Mitgliedschaft im RSPO	↑ Netto ist Mitglied im RSPO.	✓
Anteil von Palm(kern)öl nach POIG-Kriterien	↘ Gespräche mit Eigenmarkenlieferanten zur Umstellung auf POIG-Ware wurden geführt. Bislang konnten keine Ergebnisse erzielt werden.	⇒

**ENTWICKLUNG DER UMSTELLUNG DER PALMÖLBESTANDTEILE NACH ANGESTREBTEM LIEFERKETTENMODELL (2016 – 2019)**



**Abbildung 2:** Entwicklung der Umstellung von Palmölbestandteilen in Netto-Eigenmarken nach jeweilig angestrebtem RSPO-Lieferkettenmodell seit 2016.



**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

## STATUS

Netto arbeitet seit dem Jahr 2015 daran, sein Eigenmarkensortiment so umzustellen, dass bei der Produktion ausschließlich Palm- und Palmkernöl verwendet wird, das nach den Prinzipien und Kriterien des RSPO zertifiziert ist. Dabei konnten in den vergangenen Jahren deutliche Verbesserungen sowohl bei der Umstellung von Artikeln mit Palm- und Palmkernöl als auch bei denen mit Derivaten und Fraktionen erzielt werden (Abbildung 2).

Bei reinem Palmöl konnte das hohe Niveau aus dem Vorjahr mit einem Umstellungsergebnis von 95,5 Prozent gehalten werden. In Netto-Eigenmarkenartikeln kommt in diesem Jahr erstmals auch Identity Preserved-Palmöl zum Einsatz. Die ersten Produkte mit diesem bis zur Plantage zurück verfolgbar Palmöl sind „Bio-Hafercookies“ mit Vollmilch- oder Zartbitterschokolade. Bei Palmkernöl ist nach einem leichten Rückgang

im Jahr 2018 nun wieder eine positive Entwicklung erkennbar. In über 76 Prozent der Artikel mit Öl aus den Kernen der Palmfrucht kommt ausschließlich RSPO-zertifizierte Ware nach dem Lieferkettenmodell Segregated zum Einsatz. Alle weiteren Artikel dieser Kategorie sind Mass Balance-zertifiziert. Auch bei Artikeln mit Derivaten und Fraktionen aus Palm- oder Palmkernöl gibt es einen positiven Trend: Mehr als 66 Prozent sind auf die Handelsmodelle Segregated oder Mass Balance umgestellt. Dies entspricht einem Plus von rund acht Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Alle weiteren Bestandteile dieser Kategorie sind über den Kauf von Book & Claim Zertifikaten abgedeckt. Dabei wurden für einen Artikel Kleinbauernzertifikate<sup>34</sup> erworben (Tabelle 3), mit denen Landwirte unterstützt werden, die über deutlich geringere Anbauflächen als industrielle Plantagenbetreiber verfügen.

<sup>34</sup> Book & Claim-Zertifikate können über die Plattform Palmtrace auch bei einem bestimmten RSPO-zertifizierten Palmölproduzenten gekauft werden (sogenannte Off-Market Deals). Im Vergleich zum anonymen Erwerb von Zertifikaten besteht der Vorteil, dass Zertifikate rückverfolgbar sind und gezielt kleinbäuerliche Betriebe oder verantwortungsvolle Produzenten unterstützt werden können.



Foto: Mehd Erwin, Shutterstock

## KLEINBÄUERLICHE PALMÖLPRODUKTION

**Weltweit leben rund fünf Millionen Kleinbauern vom Anbau von Ölpalmen. Während die Größe ihrer Anbauflächen im Vergleich zu Industriepflanzen gering ist, machen sie dennoch etwa 40 Prozent der globalen Palmölproduktion aus. Die Kleibauern können deshalb einen bedeutenden Beitrag zu einer nachhaltigeren Palmölindustrie leisten. Gleichzeitig ist es nötig, ihnen den Zugang zu globalen und nachhaltigeren Lieferketten zu erleichtern und sie beim sozial und ökologisch verträglichen Palmölanbau zu unterstützen.**

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**PALMÖLBESTANDTEILE IN EIGENMARKENARTIKELN NACH RSPO-LIEFERKETTENMODELL**

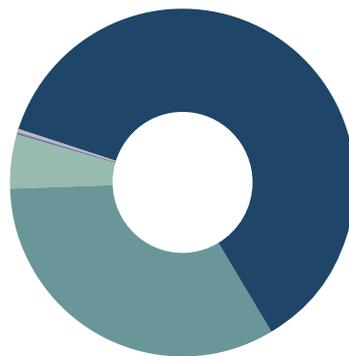
KATEGORIEN	„IDENTITY PRESERVED“		„SEGREGATED“		„MASS BALANCE“		„BOOK & CLAIM“		NICHT UMGESTELLT		UMSTELLUNG AUF ANGESTREBTES LIEFERKETTEN-MODELL
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	
Artikel mit reinem Palmöl	2	0,90	210	94,59	7	3,15	0	0,00	3	1,35	<b>95,50</b>
Artikel mit Palmkernöl	0	0,00	29	76,32	9	23,68	0	0,00	0	0,00	<b>76,32</b>
Artikel mit Derivaten / Fraktionen aus Palm(kern)öl	0	0,00	66	18,54	170	47,75	118	33,15*	2	0,56	<b>66,29</b>

**Tabelle 3:** Umstellung von Palmölbestandteilen in Netto-Eigenmarken nach RSPO-Lieferkettenmodell. Prozentangaben sind gerundet, daher ergeben sie in Summe nicht immer genau 100 Prozent.

\* Ein Artikel (entspricht 0,28 %) über Kleinbauernzertifikate abgedeckt.

Hinweis: Gezählt werden alle Artikel, die sich am Stichtag der Datenerfassung 30.06.2018 im Sortiment befanden. Diese können auch Aktionsartikel umfassen.

**VERARBEITETE MENGE NACH RSPO-LIEFERKETTENMODELL IN TONNEN**



**7.388,26**  
Segregated

**3.955,60**  
Mass Balance

**583,84**  
Book & Claim

**24,41**  
Nicht Lieferkettensertifiziert

**39,06**  
Identity Preserved

**Abbildung 3:** Im Netto-Eigenmarkensortiment verarbeitete Menge Palm(kern)öl inklusive Derivate und Fraktionen nach Lieferkettenmodell in Tonnen.

Im Jahr 2018 waren im Netto-Eigenmarkensortiment von 616 Palmölbestandteilen, die in 526 Artikeln enthalten waren, nur fünf nicht lieferkettensertifiziert. Somit sind 99,19 Prozent aller Bestandteile nach einem der möglichen RSPO-Lieferkettenmodelle zertifiziert. Dies entspricht über 99,79 Prozent der insgesamt rund 11.991 Tonnen des im Eigenmarkensortiment verarbeiteten Palm(kern)öls sowie deren Derivate und Fraktionen (Abbildung 3).



Foto: udeyemall, Shutterstock

Durch Lieferantenwechsel oder Verzögerungen bei deren Zertifizierung

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

kommt es vor, dass Bestandteile von Artikeln nicht sofort auf das gewünschte Lieferkettenmodell umgestellt werden können. Zusätzlich sind nicht alle Derivate und Fraktionen in der benötigten Handelsqualität am Markt verfügbar und werden deshalb über den Kauf von Book & Claim oder Kleinbauernzertifikaten abgedeckt.

Zur Umstellung von 30 Prozent des im Netto-Eigenmarkensortiment verarbeiteten Palmöls auf POIG-verifizierten Rohstoff waren Gespräche mit Lieferanten bisher nicht erfolgreich. Der dafür notwendige Aufbau einer Lieferkette von der Plantage bis hin zum Eigenmarken-Produzenten erweist sich als kostenintensiv, weil hierfür unter anderem separate Tankanlagen und Lagerplätze bereitgestellt werden müssten. Derzeit ist Netto und dem WWF keine segregierte Lieferung von POIG-Palmöl nach Deutschland bekannt. Da andere POIG-Mitglieder auf dem internationalen Markt bereits Ware beziehen, wird das Ziel jedoch weiterhin mit Nachdruck verfolgt.

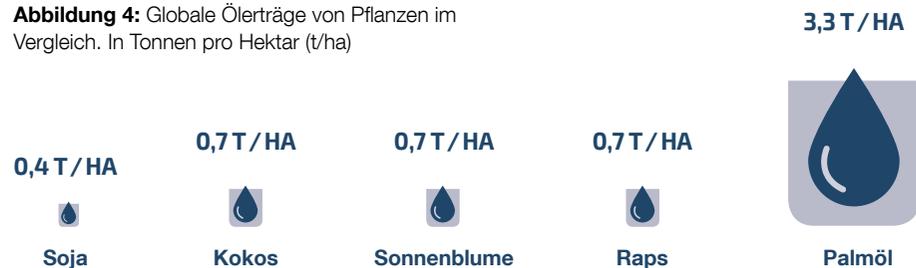
**HERAUSFORDERUNGEN DER PALMÖLPRODUKTION**

Jedes zweite Produkt im Supermarkt enthält Palmöl. Mit dem Kauf von Schokoriegel, Margarine oder Lippenstift entscheiden Konsumenten so indirekt auch über das Schicksal bedrohter Arten wie Orang-Utan oder Tiger mit. Denn die Ausweitung der Anbaufläche für Palmöl-Plantagen trägt weiterhin massiv zur Rodung von Regenwald in tropischen und subtropischen Regionen bei. Der WWF fordert deshalb mindestens den Einsatz von RSPO-zertifiziertem Palmöl. Zusätzlich dürfen Ölpalmen nicht auf Torfböden angebaut oder hoch gefährliche Pflanzenschutzmittel eingesetzt werden. Um den negativen Auswirkungen des Palmölanbaus auf tropische Wälder und die Artenvielfalt flächendeckend zu begegnen und um eine sozial und ökologisch gerechte Landnutzung in Anbauregionen zu erreichen, ist die enge Zusammenarbeit von Akteuren aus Politik, Gesellschaft und Wirtschaft erforderlich.

**Ersatz von Palmöl**

Soll Palmöl durch andere Öle, insbesondere tropische, ersetzt werden, verlagern sich die ökologischen Probleme nur oder verschärfen sich sogar. Wichtiger ist, Palmöl aus nachhaltigen Quellen zu beziehen und sparsam einzusetzen. Die Ölpalme ist im Vergleich zu Kokos, Soja oder Raps deutlich ertragreicher (Abbildung 4). Wenn Unternehmen entscheiden, Palmöl durch andere Öle zu ersetzen, dann müssen auch diese Substitute strenge ökologische und soziale Nachhaltigkeitskriterien wie beispielsweise das Zertifizierungssystem ISCC Plus<sup>35</sup> mit zusätzlichen Ergänzungen zum Einsatz von Pflanzenschutzmitteln erfüllen.

**Abbildung 4:** Globale Ölerträge von Pflanzen im Vergleich. In Tonnen pro Hektar (t/ha)



<sup>35</sup> ISCC Plus war ursprünglich ein Zertifizierungssystem für die Produktion von nachhaltigem Biokraftstoff. Es wurde jedoch auf den Nahrungs- und Futtermittelmarkt (u.a. Ölsaatenmehl, Trockenschlempe (DDGS), Öle für Nahrungsmittel) ausgeweitet. Zu den Kernanforderungen des ISCC PLUS-Zertifikats gehören u.a. Rückverfolgbarkeit und Treibhausgasberechnung.

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**



Der verstärkte Einsatz von Soja aus zertifiziert nachhaltigem Anbau und von heimischen Eiweißpflanzen leistet einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Landwirtschaft. Die nachhaltigere Nutztierfütterung wirkt sich positiv auf Bodenqualität und Biodiversität in den Anbauregionen aus.

Zusätzlich zu den übergreifenden SDGs der Partnerschaft (siehe S. 6f.) trägt dieses Themenfeld zur Erreichung folgender SDGs bei:



# 2.4 SOJA/ NACHHALTIGERE NÜTZTIER- FÜTTERUNG

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

# GESUNDE BÖDEN DURCH ALTERNATIVE FÜTTERUNG VON RIND, SCHWEIN UND HUHN

## SOJA AUS SÜDAMERIKA

Soja ist weltweit das bedeutendste Eiweißfuttermittel in der Nutztierhaltung. Europa bezieht Soja vor allem aus Südamerika. Allein für das jährlich aus Südamerika nach Deutschland importierte Soja werden Anbauflächen in der Größe Hessens benötigt.<sup>36</sup> Das hat unter anderem die Rodung von Wäldern, die Zerstörung wertvoller Ökosysteme sowie die Vertreibung kleinbäuerlicher Gemeinden zur Folge. Da Soja in Südamerika fast immer in Monokulturen angebaut wird, kommt es überdies zu einer Verarmung der Böden und zu einem hohen Einsatz an umweltschädlichen mineralischen Düngemitteln.

## HEIMISCHE VIELFALT STATT MONOKULTUR

Netto und der WWF setzen sich deshalb dafür ein, dass in der deutschen Schweine-, Rinder- und Geflügelernährung verstärkt heimische beziehungsweise europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, GVO-freies, zertifiziertes Soja verwendet werden. Insbesondere heimische Hülsenfrüchte aber auch Raps oder Sonnenblumen bieten das Potenzial, Soja in der Nutztierfütterung zu ersetzen und lassen sich unter ökologischen Gesichtspunkten sinnvoll in die Fruchtfolge integrieren. Zudem würde der verstärkte Einsatz von Soja-Alternativen die Flächenkonkurrenz in den Anbauregionen mindern und sich positiv auf Bodenqualität und Biodiversität auswirken.



Foto: aaga111, Shutterstock

<sup>36</sup> Von Witze, H., Noleppa, S., Zhirkova, I. (2014): Fleisch frisst Land. WWF Deutschland, S. 48.

**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

2.7 Verpackung

**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 (RTRS<sup>37</sup>+GVO-frei, Soja nach „ProTerra“-Richtlinien, Donasoja/ Europe Soya).

Im Segment Weiße Linie, darunter fallen alle Milcherzeugnisse außer Käse, will Netto für die Eigenmarken zur Erzeugung von 60 Prozent der Artikelmenge des Jahres 2017 in der Milchviehfütterung auf den Einsatz von Sojakomponenten verzichten. Alternativ ist die Fütterung mit nachhaltigerem, GVO-freiem, zertifiziertem Soja möglich. Das Ziel soll bis 30.06.2018 erreicht werden. Bis 30.06.2019 will Netto den genannten Anteil auf 75 Prozent, bis 30.06.2020 auf 85 Prozent erhöhen.

Im Segment Gelbe Linie, das sind Käseprodukte, will Netto zur Erzeugung von 25 Prozent der Artikelmenge des Jahres 2017 in der Milchviehfütterung auf den Einsatz von Sojakomponenten

verzichten. Alternativ ist die Fütterung mit nachhaltigerem, GVO-freiem, zertifiziertem Soja 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 Prozent, bis 30.06.2021 auf 75 Prozent.

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.



<sup>37</sup> 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 und Arbeiter 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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK**

TEILZIEL	STATUS 30.06.2019	AUSBLICK
<b>Umstellung auf zertifiziert nachhaltigere Futtermittel nach Segmenten</b>		
<b>Weißer Linie</b>		
60 % der Artikelmenge des Jahres 2017 bis 30.06. 2018 <sup>38</sup>	→	Eine zertifiziert nachhaltigere oder heimische Fütterung konnte in diesem Jahr bei keinem Produkt festgestellt werden <sup>39</sup> . Bei ca. 79 % der Artikelmenge des Jahres 2017 wurde im Berichtszeitraum eine Umstellung auf GVO-freie Fütterung ermittelt. Hierbei handelt es sich um einen Zwischenschritt in Richtung einer nachhaltigeren Fütterung.
<b>Gelbe Linie</b>		
25 % der Artikelmenge des Jahres 2017 bis 30.06. 2019 <sup>40</sup>	↓	Eine zertifiziert nachhaltigere oder heimische Fütterung konnte in diesem Jahr bei noch keinem Produkt festgestellt werden. Bei ca. 55 % der Artikelmenge des Jahres 2017 wurde im Berichtszeitraum eine Umstellung auf GVO-freie Fütterung ermittelt. Hierbei handelt es sich um einen Zwischenschritt in Richtung einer nachhaltigeren Fütterung.
<b>Fleisch / Wurst</b>		
Erarbeitung eines Konzeptes zur schrittweisen Umstellung des Eigenmarkensortiments	→	Auf Basis der Erkenntnisse der im Herbst 2018 abgeschlossenen Machbarkeitsanalyse arbeiten die Partner zum Stichtag noch an einem mehrphasigen und aus verschiedenen Modulen bestehenden Umstellungskonzept. Eine zertifiziert nachhaltigere oder heimische Fütterung konnte in diesem Jahr bei keinem Produkt festgestellt werden.
Durchführung eines Projektes	→	Für das Projekt wurde eine neue Lieferkette aufgebaut, im Rahmen derer eine Verpflichtung auf die Verwendung GVO-freier Futtermittel erreicht wurde. Dies ist ein Zwischenschritt zur Umstellung auf zertifiziert nachhaltigere Fütterung. Dieses Ziel besteht weiterhin, konnte jedoch noch nicht bis zum Stichtag erreicht werden.
<b>Startprojekte</b>		
Eier aus Bodenhaltung („Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“)	↗	Ca. 53 % der Eier aus Bodenhaltung stammen aus zertifiziert nachhaltigerer Fütterung. Bei ca. 47 % konnte eine GVO-freie Fütterung erreicht werden.
Heumilch (Vanille Drink, weiße Linie)	↑	Die Heumilch ist seit 2017 bundesweit in Filialen im Angebot.
Hähnchen TK (Gourmeat)	↑	Die Umstellung auf nachhaltigere Fütterung wurde bereits 2016 erreicht und konnte auch im Betrachtungszeitraum bestätigt werden.

<sup>38</sup> Da Netto 2015 in die strategische Partnerschaft eingetreten ist und mit dem Monitoring im Themenfeld 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.

<sup>39</sup> Die auf nachhaltigere Futtermittel umgestellte Heumilch wird hier nicht berücksichtigt, da sie im Rahmen der Startprojekte betrachtet wird.

<sup>40</sup> Als Bezugsbasis für die Errechnung der prozentualen Anteile wird das Gesamt-sortiment 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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**STATUS**

Die kontinuierliche Umstellung des Netto-Eigenmarkensortiments auf eine nachhaltigere Fütterung ist weiterhin herausfordernd. Die Teilziele in den Segmenten Weiße Linie und Gelbe Linie wurden im Betrachtungszeitraum nicht erreicht. Eine positive Entwicklung ist jedoch, dass auch im aktuellen Betrachtungszeitraum in sämtlichen Segmenten eine Steigerung GVO-freier Artikel festgestellt werden konnte. Die Umstellung auf GVO-freie Fütterung ist ein Zwischenschritt hin zu einer heimischen oder zertifiziert nachhaltigeren Fütterung. Erfasst und dargestellt werden ausschließlich die Absatzmengen<sup>41</sup> der umgestellten Artikel, differenziert nach den Kategorien „zertifiziert nachhaltiger“, „GVO-frei (VLOG)“<sup>42</sup> und „gutes Futter“ (Tabelle 4).

Auch im Segment Fleisch/Wurst stieg der Anteil von GVO-freien Produkten im Vergleich zum letzten Betrachtungszeitraum erneut an. Die konkrete und messbare Zielsetzung erfolgt nach der Fertigstellung des Konzeptes zur schrittweisen Umstellung des Netto-Eigenmarkensortiments. Das Konzept fußt auf den Ergebnissen der Machbarkeitsanalyse, welche im Herbst 2018 vorgelegt wurden. Hier wurde festge-

**UMSTELLUNG DER FUTTERMITTEL NACH SEGMENTEN**

SEGMENT	JAHR	UMGESTELLT NACH			GESAMT
		ZERTIFIZIERT NACHHALTIGER <sup>42</sup>	VLOG <sup>43</sup>	GUTES FUTTER <sup>44</sup>	
Fleisch/Wurst (in t) <sup>45</sup>	2017	0	26.769	0	26.769
	2018	0	32.670	0	32.670
	<b>2019</b>	<b>0</b>	<b>35.465</b>	<b>0</b>	<b>35.465</b>
Weiße Linie (in t) <sup>46</sup>	2017	0	287.814	9.840	297.654
	2018	0	301.032	16.700	317.732
	<b>2019</b>	<b>0</b>	<b>336.042</b>	<b>17.593</b>	<b>353.635</b>
Gelbe Linie (in t) <sup>47</sup>	2017	0	17.733	0	17.733
	2018	0	21.068	0	21.068
	<b>2019</b>	<b>0</b>	<b>38.554</b>	<b>0</b>	<b>38.554</b>

**Tabelle 4:** Umgestellte Absatzmengen der Netto-Eigenmarken nach Segmenten in Tonnen. Der Betrachtungszeitraum für das Jahr 2019 war 01.07.2018 – 30.06.2019.

halten, dass eine Fütterungsumstellung im Segment Fleisch/Wurst grundsätzlich machbar, jedoch unter den derzeitigen marktwirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen nicht kurzfristig realisierbar ist. WWF und EDEKA befanden sich während der Erstellung des Fortschrittsberichtes 2019 in Verhandlungen zum weiteren Vorgehen. Bis Ende des Jahres 2019 soll dazu ein Konzept verabschiedet werden.

<sup>41</sup> Als Absatzmengen werden alle Mengen definiert, die aus einem internen System zur Analyse der Verkaufszahlen gespeist werden.  
<sup>42</sup> 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).  
<sup>43</sup> VLOG bezeichnet den „Verband Lebensmittel Ohne Gentechnik“. Dieser zertifiziert Produkte, die ohne die Verwendung von gentechnisch veränderten Organismen hergestellt werden.  
<sup>44</sup> 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.  
<sup>45</sup> Sämtliches verarbeitetes und frisches Fleisch  
<sup>46</sup> Milcherzeugnisse außer Käse. Bei der Umrechnung von Liter in kg wird ein Verhältnis von 1:1 angenommen. Dies geschieht unabhängig davon, welches Produkt betrachtet wird.  
<sup>47</sup> Sämtliche Käseerzeugnisse. Beim Monitoring wurde die Füllmenge erfasst, d. h. Käseerzeugnis und Lake.

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

## UMSTELLUNG IN LAUFENDEN PROJEKTEN

Das Projekt zur Einführung einer nachhaltigeren Fütterung im Schweinebereich, das Netto zusammen mit der Verbund-Region Südbayern im Jahr 2017 für eine Laufzeit von zwei Jahren initiiert hat, kann als eingeschränkter Erfolg betrachtet werden. Zwar wurde die Umstellung auf nachhaltigere Fütterung nicht erreicht, doch begann die Vermarktung von Artikeln aus Schweinefleisch, bei denen die Tiere GVO-frei gefüttert wurden. In allen 24 teilnehmenden Schweinemastbetrieben kommt einer Fütterungsauswertung aus dem Jahr 2018 zufolge GVO-freies Soja zum Einsatz. Bei der Ferkelaufzucht liegt der Sojaanteil zwischen elf und 23 Prozent; bei der Schweinemast wird in einem Betrieb auf Soja verzichtet, in allen anderen Betrieben liegt der Sojaanteil zwischen vier und 22 Prozent. Darüber hinaus kommen bei der Fütterung noch Getreide, Mais, selbst-erzeugte Leguminosen wie Ackerbohnen und Erbsen sowie Raps, Molke, Bierhefe oder Ergänzungsfuttermittel zum Einsatz. Das Ziel, das Projekt auf

eine nachhaltigere Fütterung auszuweiten, bleibt bestehen.

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

Bei den Eiern aus Bodenhaltung der Marken „Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“ wurde im Betrachtungs-

zeitraum ein weiterer Teilerfolg erzielt. Nachdem die bevorzugte Fütterung mit heimischen beziehungsweise europäischen Futtermitteln oder nachhaltigerem, GVO-freiem, zertifiziertem Soja im Vertragswerk verankert wurde, ist es nun ebenfalls möglich, die von den Lieferanten gemeldeten Liefermengen nach „Zertifiziert nachhaltiger“ und „Ausschließlich VLOG“ im Monitoring zu überprüfen (Tabelle 5). Es handelt sich hierbei um geschätzte prozentuale Anteile der Fütterungsumstellung

für die gemeldeten Liefermengen, das bedeutet, dass die Tiere mitunter anteilmäßig mit heimischen oder zertifiziert nachhaltigerem Soja gefüttert wurden. Die Ergebnisse zeigen, dass bereits zu knapp 53 Prozent zertifiziert nachhaltiger gefüttert wird. Bei den verbleibenden rund 47 Prozent wird ausschließlich GVO-frei gefüttert. Die Partner arbeiten weiter daran, das Ziel einer vollständigen heimischen beziehungsweise zertifiziert nachhaltigeren Fütterung zu erreichen.

## UMSTELLUNG DER FUTTERMITTEL IN DEN STARTPROJEKTEN

STARTPROJEKT	UMGESTELLT NACH	
	ZERTIFIZIERT NACHHALTIGER <sup>48</sup> IN %	AUSSCHLIESSLICH VLOG <sup>49</sup> IN %
Eier aus Bodenhaltung („Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“)	53 %	47 %
Hähnchen TK (Gourmeat)	100 %	0
Heumilch (Vanille Drink, weiße Linie)	100 %	0

**Tabelle 5:** Umstellung bei den Startprojekten im Betrachtungszeitraum 01.07.2018. – 30.06.2019

<sup>48</sup> 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 Soya).

<sup>49</sup> VLOG bezeichnet den „Verband Lebensmittel Ohne Gentechnik“. Dieser zertifiziert Produkte, die ohne die Verwendung von gentechnisch veränderten Organismen hergestellt werden. Auf nachhaltige Fütterung umgestellte Artikel werden gleichzeitig auch GVO-frei gefüttert.

**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
- 2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

Das gemeinsame Klimaziel von Netto und dem WWF soll der weiteren Versauerung der Ozeane entgegenwirken und zum Erhalt von Biodiversität und natürlicher Habitate beitragen.

Zusätzlich zu den übergreifenden SDGs der Partnerschaft (siehe S. 6f.) trägt dieses Themenfeld zur Erreichung folgender SDGs bei:



# 2.5 KLIMA

**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

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

# KLIMASCHUTZ IST ARTENSCHUTZ

## JEDES ZEHNTELGRADE ZÄHLT

Biologische Vielfalt und funktionierende Ökosysteme sind die Grundlage unseres Lebens und der Nahrungsmittelproduktion. Der menschengemachte Klimawandel beschleunigt das Artensterben. Um die Folgen der Erderhitzung abzumildern, hat sich die internationale Staatengemeinschaft 2015 mit dem Übereinkommen von Paris darauf geeinigt, die Erderhitzung auf unter zwei, möglichst sogar auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen. Bereits die vermeintlich geringe Differenz von 0,5 Grad wird für das Leben auf der Erde gravierende Auswirkungen haben. Selbst wenn das Zwei-Grad-Ziel erreicht wird, würden weltweit voraussichtlich ein Viertel der Arten in Schlüsselregionen unseres Artenreichtums aussterben.<sup>50</sup>

## EMISSIONEN EINSPAREN VOM ANBAU BIS ZUM VERKAUF

Netto hat sich deshalb das Ziel gesetzt, seine Treibhausgasemissionen relativ zur Verkaufsfläche bis zum Jahr 2020 um 30 Prozent und bis 2025 um 50 Prozent gegenüber 2011 zu verringern. Da die meisten Treibhausgasemissionen entlang der Lieferkette bei der Nutzung fossiler Energieträger wie Kohle, Gas oder Öl entstehen, hat sich Netto ambitionierte Ziele bei der Steigerung der Energieeffizienz an seinen Standorten und im Fuhrpark gesetzt. Darüber hinaus stellt Netto auf energiesparende LED-Beleuchtung sowie auf hocheffiziente Kältetechnik mit natürlichen Kältemitteln um, erzeugt an ausgewählten Standorten Solarstrom und schult seine LKW-Fahrer in kraftstoffsparendem Fahren.



Foto: Smit, Shutterstock

<sup>50</sup> WWF. 2018. Artenschutz in Zeiten des Klimawandels, S. 6.  
Siehe: <https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF-Report-Artenschutz-in-Zeiten-des-Klimawandels.pdf>

**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
- 2.7 Verpackung

**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 Prozent bis zum Jahr 2020 und um 50 Prozent bis zum Jahr 2025 reduzieren, jeweils im Vergleich zum Basisjahr 2011.

Netto legt konkrete Klimaschutzmaßnahmen fest, die einen proportionalen Beitrag zur Erreichung des verbundwei-

sen Treibhausgasreduktionsziels sicherstellen. Dieser Fahrplan wird in den Folgejahren (2018–2022) umgesetzt.

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 zusammen-

bringen. Bis zum 31.01.2019 wird ein Fahrplan mit Maßnahmen erstellt, 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 wird erstmals auch eine Schätzung der Treibhausgasemissionen der vor- und nachgelagerten Lieferkette von Netto erfasst.



**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
- 2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK**

OBER- UND TEILZIELE	STATUS 30.06.2019	AUSBLICK
<b>OBERZIEL</b>		
Reduktion der Treibhausgasemissionen bezogen auf die Verkaufsfläche in Quadratmetern um 30 % bis zum Jahr 2020 und um 50 % bis zum Jahr 2025 im Vergleich zum Basisjahr 2011.	→	Im Berichtszeitraum wurde eine neue web-basierte Software für die Erstellung von Klimabilanzen eingeführt. Die Fertigstellung, Testierung und Veröffentlichung der Klimabilanz 2017 ist bis Ende 2019 geplant.
<b>TEILZIEL</b>		
<b>Klimaschutz im Unternehmen</b>		
Erstellung eines Maßnahmenfahrplans bis zum 31.01.2018. Umsetzung in den Folgejahren.	→	Die Vorgehensweise zur Erstellung eines Maßnahmenplans zur Emissionsminderung wurde vom WWF akzeptiert. Demnach werden auf Basis der fertiggestellten Klimabilanz 2017 in den nächsten Schritten Potenziale analysiert, geeignete Maßnahmen identifiziert, Umsetzungspläne erarbeitet und realisiert.
Flächendeckende Umrüstung auf LED-Beleuchtung und optimierte Lichtnutzung bis Ende 2018	↗	Die Umrüstung wird sukzessive vorangetrieben. Im Jahr 2018 wurden über 600 Filialen umgerüstet bzw. bestückt. Insgesamt sind nun ca. 50 % der Filialen mit LED-Beleuchtung ausgestattet.
Bei Neuanschaffung ausschließlich hocheffiziente Kälteanlagen und natürliche Kältemittel einsetzen und diese Umrüstung auch in den Bestandsfilialen vorantreiben	↗	Dieses Teilziel baut auf dem Teilziel Erstellung eines Maßnahmenfahrplans auf. Eine Bestandsaufnahme ist erfolgt. Die weitere Umrüstung wird sukzessive vorangetrieben. Im Jahr 2018 wurden 430 Filialen umgerüstet. Insgesamt sind nun 43 % der Filialen mit modernen Kälteanlagen ausgestattet.
Optimierung von Logistikprozessen und Dienstreisen	→	Dieses Teilziel baut auf dem Teilziel Erstellung eines Maßnahmenfahrplans auf. Dieser befindet sich noch in Erarbeitung.
Ableitung weiterer Maßnahmen aus dem Energiemanagement	→	Dieses Teilziel baut auf dem Teilziel Erstellung eines Maßnahmenfahrplans auf. Netto hat sich einem Energieaudit für das Jahr 2018 nach DIN EN 16247-1 unterzogen
<b>Klimaschutz im Sortiment</b>		
Gründung einer „Climate Supplier Initiative“, für gemeinsame Klimaschutzmaßnahmen in der Lieferkette mit Akteuren der Branche. Erstellung eines Fahrplans bis zum 31.01.2019. Umsetzung des Fahrplans in den Folgejahren.	↓	Vorgehensweise und nächste Schritte zur Gründung der Initiative sind abgestimmt, die formale Freigabe jedoch noch ausstehend.

**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
- 2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

## STATUS

Netto legt in einem Fahrplan mit konkreten Klimaschutzmaßnahmen fest, wie die einzelnen Standorte einen anteiligen Beitrag zur Erreichung des verbundweiten Treibhausgasminde-rungsziels leisten können. Voraussetzung für die Erstellung des Fahrplanes ist die Fertigstellung der Klimabilanz 2017 und einer darauf aufbauenden Analyse der Einsparpotenziale in den einzelnen Maßnahmenfeldern. Die Klimabilanz 2017 wird bis Ende 2019 fertiggestellt.

Der Fahrplan hat einen Fokus auf den Bereich Beleuchtung und strebt eine möglichst flächendeckende Umrüstung an allen Standorten auf LED und optimierte Lichtnutzung an. Im Berichtszeitraum wurden über 600 Filialen mit neuester LED-Technik ausgerüstet, damit sind nun insgesamt rund die Hälfte aller Filialen mit LED-Beleuchtung ausgerüstet.

Bei Neuanschaffung von Kältetechnik setzt Netto ausschließlich auf hocheff-

iziente Kälteanlagen mit modernster Regelungstechnik. Dies gilt sowohl für alle Neubauten als auch für die Erneuerung der Kältetechnik in Bestandsfilialen. Gleichzeitig wird der Einsatz von natürlichen Kältemitteln wie Propan und CO<sub>2</sub> weiter vorangetrieben. Die Nutzung von Prozessabwärme zu Heizzwecken wird bereits seit 2010 bei allen Neubauten und – wo möglich – bei diversen Modernisierungsmaßnahmen eingesetzt.

Daneben wird der Plan auch Maßnahmen für die Bereiche Logistikprozesse und Dienstreisen enthalten. Aus den im Rahmen des Energie-Dienstleistungsgesetzes durchgeführten Energieaudits sowie aus den Test- und Leuchtturmprojekten werden weitere Schritte abgeleitet und umgesetzt. Darüber hinaus wurden und werden Mitarbeiter geschult und durch Sensibilisierungskampagnen in das Thema eingeführt. Netto hat sich einem Energieaudit für das Jahr 2018 nach DIN EN 16247-1 unterzogen.

Für die sortimentsbezogenen Treibhausgasemissionen wurde eine grobe Schätzung anhand des „Scope 3 Evaluator“ (<https://www.ghgprotocol.org/scope-3-evaluator>) vorgenommen. Das Ergebnis bestätigt die hohe Relevanz der sortimentsbezogenen Emissionen. Abschätzungen dieser Emissionen sind aufgrund ihrer hohen Unschärfe mit hohen Unsicherheiten verbunden und daher als Steuerungsgröße nur bedingt geeignet. Auf eine umfassende Erhebung wurde daher verzichtet. Es wird weiterhin an der Verbesserung der Datenbasis und -qualität für Scope 1-, 2- und 3-Emissionen gearbeitet.<sup>51</sup>

Beim Ziel eine „Climate Supplier Initiative“ zu gründen, um klimafreundlichere und widerstandsfähige Beschaffungsstrukturen für Lieferanten und Händler aufzubauen, ist es zu Verzögerungen bei der Umsetzung gekommen. Die Schritte zur Gründung der Initiative sind mit dem WWF abgestimmt, die formale Freigabe ist noch ausstehend.

<sup>51</sup> Unter Scope 1-Emissionen werden direkte Emissionen verstanden. Scope 2-Emissionen sind Emissionen aus bezogener Energie. Zu Scope 3-Emissionen gehören alle indirekten Emissionen.

**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**

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

Durch die Etablierung von Standardsystemen zum Schutz und zur Einsparung von Süßwasser Standardsystemen (GlobalG.A.P. und Alliance for Water Stewardship) und die Projektarbeit (beispielsweise im Zitrusprojekt in Südpatrien) werden verbesserte Anbau- und Wasser-managementsysteme zusammen mit Zulieferern des Verbundes umgesetzt.

Zusätzlich zu den über-greifenden SDGs der Part-nerschaft (siehe S. 6f.) trägt dieses Themenfeld zur Errei-chung folgender SDGs bei:



# 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**

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

# ARTENVIELFALT IN FLÜSSEN, SEEN UND FEUCHTGEBIETEN ERHALTEN

## LANDWIRTSCHAFT UND IHRE WASSERNUTZUNG

Süßwasserökosysteme bieten zahllosen Arten Lebensraum. Allerdings verschwinden sie mit alarmierender Geschwindigkeit. Allein zwischen 1970 und 2014 gingen die Bestände der im Süßwasser heimischen Tier- und Pflanzenarten um mehr als 80 Prozent zurück.<sup>52</sup> Vor allem die Landwirtschaft – verantwortlich für mehr als zwei Drittel der weltweiten Wassernutzung – trägt zur Verknappung und Verschmutzung von Wasserressourcen bei. Eine erhöhte Bewässerungseffizienz in einzelnen landwirtschaftlichen Betrieben reicht längst nicht mehr aus, um das Problem in den Griff zu bekommen, denn oft wird das eingesparte Wasser für eine Ausweitung der bewässerten Flächen eingesetzt.

## GANZHEITLICHES WASSERMANAGEMENT SCHAFFT ABHILFE

Netto und der WWF setzen sich gemeinsam mit den Lieferanten dafür ein, durch ein umfassendes Wassermanagement Wasser zu sparen und so Süßwasser-Ökosysteme zu schützen. Mit einem webbasierten Tool werden Wasserrisiken in Lieferketten systematisch erfasst und Gegenmaßnahmen erarbeitet. Die Umsetzung des Alliance for Water Stewardship (ASW)-Standards hat sich dabei als besonders wirkungsvoll erwiesen. So können der Wasserverbrauch gesenkt und Wasserqualität, Wassermanagement, Trinkwasserversorgung und der Zustand von Süßwasserökosystem verbessert werden.

## ANBAUPROJEKT ALS VORREITER

Im gemeinsamen Anbauprojekt werden diese Standards konsequent umgesetzt. Der Lieferant Iberesparragal in Südspanien hat seine Zitrusfarm als erster europäischer Betrieb AWS-zertifizieren lassen. Die besonders umweltfreundlich und wassersparend produzierten Orangen und Mandarinen werden mit dem Aufdruck: „Netto und WWF: Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange“ gekennzeichnet. Bei Netto-Eigenmarken mit einem Bio-Siegel und Co-Branding wird zudem das standortspezifische Wasserrisiko mithilfe des WWF-Wasserrisiko-Filters analysiert.



Foto: Rinaudo, Shutterstock

<sup>52</sup> Living Planet Index des WWF 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**

- 2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**ZIEL**

Bis Anfang 2018 führt Netto das in der Partnerschaft entwickelte interne, digitale Wassermanagementsystem für den Bereich Obst und Gemüse ein. In der webbasierten Lösung, dem „EDEKA-Wasserrisiko-Tool“, werden Süßwasserkriterien in die Produkthanforderungen von Obst- und Gemüselieferanten aufgenommen und die Produk-

tionsstandorte 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-Umwelt-

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



Foto: Koama Kurlowicz, The Unsplash

**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**

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK**

TEILZIEL		STATUS 30.06.2019	AUSBLICK
<b>Reduktion von Wasserrisiken in Flussgebieten und auf Farmebene</b>			
Risikotransparenz: Erhöhung des Anteils der im EDEKA-Wasserrisiko-Tool erfassten Umsatzmengen an Gesamtumsatzmengen des Fruchtkontors	➔	9,82 % der Umsatzmengen aus kritischen Herkunftsländern sind im EDEKA-Wasserrisiko-Tool erfasst.	🔗
Risikoreduktion: Erhöhung des Anteils der Umsatzmengen mit vollständiger Nachweiserbringung im Verhältnis zu Gesamtumsatzmengen des Fruchtkontors	➔	Für 2,23 % der Umsatzmengen aus wasserkritischen Herkunftsländern liegt eine vollständige Nachweiserbringung vor.	🔗
<b>Internes Wassermanagementsystem</b>			
Implementierung des internen Wassermanagementsystems im Fruchtkontor bis Ende 2018	⬆	Das EDEKA-Wasserrisiko-Tool wurde fertig entwickelt und erfolgreich getestet.	✓
Ausweitung des internen Wassermanagementsystems auf weitere Produktgruppen	➔	Das EDEKA-Wasserrisiko-Tool wurde an die Anforderungen für weiterverarbeitete Produkte wie zum Beispiel Konserven und Trockenfrüchte angepasst.	🔗
Entwicklung einer Monitoringstruktur für das Wassermanagementsystem	⬆	Das Monitoringverfahren wurde entwickelt und im Jahr 2019 etabliert.	✓
AWS-Implementierung in Pilotgebieten	➔	Die Kriterien des AWS-Standards wurden auf allen Zitrusprojektfarmen weitgehend umgesetzt.	🔗
Zur Unterstützung bei der Wasser- risikoreduktion von ausgewählten Lieferanten baut EDEKA mit dem WWF ein Arbeitsprogramm auf	➔	Das „EDEKA Water Partners Program“ wurde entwickelt und implementiert.	🔗
<b>Reduktion von Wasserrisiken in Projekten</b>			
Wassermanagement und Water Stewardship im Zitrusprojekt in Spanien	➔	Die Projektproduzenten haben kollektive Maßnahmen zum Schutz ihres Flussgebiets entwickelt und setzen die Kriterien des AWS-Standards um.	🔗

**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**

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

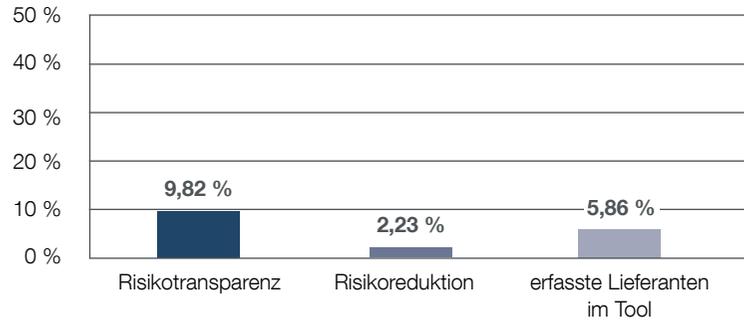
**5. Bestätigungsvermerk**

**STATUS**

Das EDEKA-Wasserrisiko-Tool wurde im Obst- und Gemüsebereich eingeführt. Die größten Lieferanten haben ihre Anbaustandorte im Tool erfasst, Wasserrisiken ermittelt und erste Nachweise über die Verringerung von Wasserrisiken erbracht. Das Tool liefert die Datengrundlage für das im Jahr 2018 getestete und 2019 etablierte Verfahren zum Monitoring der Indikatoren Risikotransparenz und -reduktion. Diese Form der Datenerhebung wurde entwickelt, um die Arbeit am Sortiment auch im Themenfeld Süßwasser quantifizier- und messbar zu machen.

Im Monitoring 2019 wurden 9,82 Prozent der gesamten Netto-Umsatzmengen im Obst- und Gemüsebereich aus kritischen Ländern im EDEKA-Wasserrisiko-Tool erfasst. Als kritische Länder gelten alle, die im WWF Water Risk Filter eine Risikobewertung von mehr als 3,0 erreichen. Dazu zählen unter anderem Italien, Spanien, Costa Rica, Kolumbien, Kamerun und die Elfenbeinküste. Für 2,23 Prozent der gesamten Netto-Umsatzmengen liegt eine vollständige Nachweiserbringung vor. Das heißt, dass Lieferanten entsprechende Zertifizierungen zur Risikoverringung vollständig nach-

**SÜSSWASSER MONITORING 2019**



**Abbildung 5:**

- Anteil der im EDEKA-Wasserrisiko-Tool erfassten Umsatzmengen an Gesamtumsatzmengen aus kritischen Ländern (Risikotransparenz).
- Anteil der Umsatzmengen mit vollständiger Nachweiserbringung an Gesamtumsatzmengen aus kritischen Ländern (Risikoreduktion).
- Anteil der im EDEKA-Wasserrisiko-Tool erfassten Lieferanten in Bezug zur Gesamtanzahl aus kritischen Ländern.

gewiesen haben. Dies beinhaltet ein GlobalG.A.P.<sup>53</sup> und ein AWS-Zertifikat, beziehungsweise einen Nachweis über ein AWS-Training. Mit Hilfe der Ergebnisse sollen Wasserrisiko-Gefahrenherde erkannt und Maßnahmen zur Verringerung geplant und umgesetzt werden. Das Tool bietet die Grundlage, gemeinsam mit Lieferanten an Lösungen zu arbeiten. Es wurde zudem für Produktgruppen außerhalb des Obst- und Gemüsebereichs weiterentwickelt und kann nun im Bereich Konserven und Trockenfrüchte eingesetzt werden.

Netto bezieht Orangen aus dem Zitrusprojekt der Partnerschaft in Spa-

nien. Dadurch betreffen die Fortschritte im Projekt auch Netto: So gelang es, die Verbreitung des AWS-Standards weiter voranzutreiben. Eine Finca konnte sich sogar als erster europäischer Landwirtschaftsbetrieb überhaupt zertifizieren. Die AWS-Kriterien werden nun auch von allen weiteren Zitrusprojektfarmen umgesetzt.

Um für Wasserknappheit sensibilisiert zu werden und um entsprechende Lösungsstrategien anzuwenden, erhielten die Mitarbeiter des Zitrusprojekts Schulungen zu Water Stewardship und dem AWS-Standard. Im Anschluss entwickelten sie mit Experten Maßnah-



Foto: Timothy Meinberg, The Unsplash

men – beispielsweise der Einsatz von Bodensonden zur Feuchtigkeitsmessung und Reduzierung des Einsatzes von Pflanzenschutzmitteln – mit denen sie einen Beitrag zum Schutz ihres Flussgebiets und zum Bewusstseinswandel bei Behörden und Betrieben in der Region erzielen wollen.

Im Rahmen des Water Partners Program, welches von EDEKA und dem WWF ins Leben gerufen wurde, werden auch Obst- und Gemüselieferanten von Netto bei der Minimierung von Wasserrisiken und der Übernahme von Verantwortung für nachhaltige Wassernutzung in den Anbaugebieten

<sup>53</sup> GlobalG.A.P. ist eine Unternehmensinitiative, die freiwillige Standards für die weltweite Zertifizierung von landwirtschaftlichen Produkten setzt. Das GlobalG.A.P.-Zertifikat ist Grundvoraussetzung für EDEKA Lieferanten.

**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**

2.7 Verpackung

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

unterstützt. Anbaubetriebe in Regionen mit hohen Wasserrisiken sollen bei der Umsetzung von Water Stewardship-Maßnahmen durch Trainings und Implementierung von Standards gefördert werden. Ein Prozess zur Auswahl von Lieferanten und passenden Maßnahmen wurde dafür festgelegt.

Neben der Implementierung von Wassereinsparungsmaßnahmen in den Anbaugebieten wollen Netto und der WWF über ihre gemeinsame Arbeit zur Einsparung und zum Schutz von Wasser und die Hintergründe informieren. Der WWF befragte daher den deutschen Lebensmitteleinzelhandel zu seinen Strategien zum Umgang mit Süßwasser. Dabei zeigte sich, dass der Lebensmitteleinzelhandel bislang kaum Antworten auf die steigende Wasserknappheit in vielen Anbauregionen und das Thema kaum auf der Agenda hat. Dabei gibt es bereits Lösungsansätze, die unter anderem von Teilen des Verbunds umgesetzt werden.

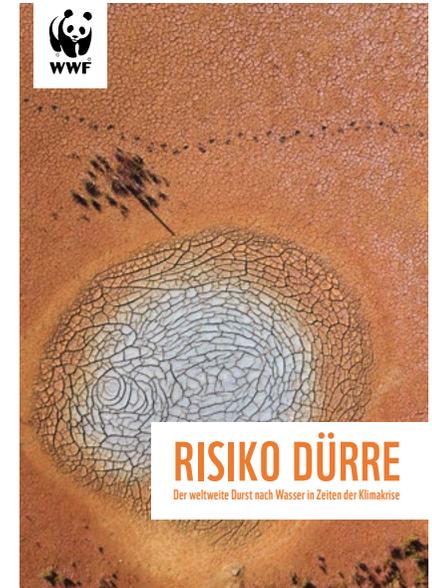
Darüber hinaus ist ein Bericht zu weltweiten Auswirkungen von Dürre in Bezug auf Städte, Nahrungssicherheit, Artenvielfalt, Energieversorgung und anderer Themen in Arbeit, der im Rahmen der Weltwasserwoche in Stockholm, Ende August 2019, vorgestellt wird.

**NEWSBOX: WWF-DÜRRE-BERICHT**

Dürren zählen zu den verheerendsten Naturkatastrophen. Bereits heute sind durchschnittlich 55 Millionen Menschen weltweit jedes Jahr von Dürren betroffen. Deren Auswirkungen stellen die Menschheit vor zunehmend große Herausforderungen. Landwirtschaft ist in hohem Maße von Witterungsbedingungen abhängig und der am stärksten von Dürren und Wasserknappheit betroffene Wirtschaftszweig. Mehr als 80 Prozent der durch Dürren verursachten Schäden und Verluste entfallen auf die Landwirtschaft. Wichtige Kalorienquellen wie Weizen, Mais und Reis sind weltweit einem hohen Dürrierisiko ausgesetzt. Laut dem im August 2019 veröffentlichten Dürrebericht des WWF stammen 22 Prozent der globalen Weizenproduktion (123,7 Millionen Tonnen) aus Gebieten mit hohem bis sehr hohem Dürrierisiko. Bei Reis sind es 15,4 Prozent (88 Millionen Tonnen) und bei Mais 8,4 Prozent (50 Millionen Tonnen).

**Mehr Informationen unter:**

[www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF\\_Duerrebericht\\_DE\\_WEB.pdf](http://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF_Duerrebericht_DE_WEB.pdf)



**ERREICHTES**

**TEILZIEL**

**ZIELERREICHUNG**

**Abschluss Pilotphase des internen Wassermanagementsystems bis Anfang 2018 (EDEKA-Wasserrisiko-Tool)**

Das EDEKA-Wasserrisiko-Tool ist fertig entwickelt und wurde mit einem Pilotlieferanten getestet.

06/2018 ✓

**AWS-Implementierung mit Pilotproduzent in Spanien**

Ein Pilotproduzent für Zitrusfrüchte in Spanien hat die AWS-Zertifizierung mit Gold Status erreicht.

06/2018 ✓

**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

**2.7 Verpackung**

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

**4. Produktbezogene  
Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

Netto arbeitet daran –  
wo möglich – auf Verpa-  
ckungen zu verzichten,  
Verpackungen zu reduzie-  
ren und die Recyclingfä-  
higkeit und den Anteil von  
Recyclingmaterial in Ver-  
packungen zu erhöhen.  
So können Treibhausgas-  
emissionen reduziert und  
der Klimafußabdruck ver-  
ringert werden.

Zusätzlich zu den über-  
greifenden SDGs der  
Partnerschaft (siehe S. 6f.)  
trägt dieses Themenfeld  
zur Erreichung folgender  
SDGs bei:



# 2.7 VERPACKUNG



**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

**2.7 Verpackung**

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**ZIEL**

Netto und der WWF stellen für das dynamische Themenfeld Verpackungen konkrete Zielvereinbarungen auf. Diese gelten für den Einsatz von Recyclingmaterial bei Polyethylenterephthalat (PET)-Flaschen in den Bereichen Getränke (Einweg) und Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel. Ebenso sollen Ziele zur Verringerung beziehungsweise Vermeidung von Aluminium und Polyvinylchlorid (PVC) in Eigenmarkenverpackungen vereinbart werden. Zudem haben Netto und der WWF sich auf die Vermeidung, Verminderung und Optimierung von Verpackungen im Obst- und Gemüsebereich verständigt.

Zur Reduzierung des Verbrauchs von Einweg-Tragetaschen und Knotenbeuteln bei Netto werden zudem quantitative Ziele zwischen Netto und dem WWF vereinbart. Allen Zielvereinbarungen liegt die Erhebung einer Baseline im Rahmen des jährlichen Monitorings zugrunde.

Hinsichtlich des Netto-Eigenmarkensortimentes wird vor Produktneueinführungen oder -überarbeitungen das Verpackungsmaterial auf Recyclingfähigkeit überprüft. Außerdem unterstützt der WWF bei der Optimierung der

**DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK**

TEILZIEL		STATUS 30.06.2019	AUSBLICK
Einschätzung der Recyclingfähigkeit/ ökologischen Vorteilhaftigkeit bei Produkt-Neueinführungen bzw. -optimierungen	➔	Es erfolgten bereits unterschiedliche Einschätzungen zur ökologischen Vorteilhaftigkeit sowie Handlungsempfehlungen für Optimierungen.	➔
Zertifizierung der Rohstoffe biobasierter Kunststoffe	➔	Ein Artikel wurde identifiziert, bislang ohne Nachhaltigkeitszertifikat für den Rohstoff. Umsetzbarkeit einer Zertifizierung zum Stichtag noch laufend.	➔
Zielvereinbarung zum Einsatz von Recyclingmaterial (PET) im Bereich Getränkeflasche (Einweg)	⬇	Zum Zeitpunkt der Stuserhebung lag keine gemeinsam abgestimmte Zielvereinbarung vor.	➔
Zielvereinbarung zum Einsatz von Recyclingmaterial (PET) im Bereich Drogerie / WPR	⬆	Zielvereinbarung abgeschlossen. Baseline wurde erstellt.	➔
Zielvereinbarung zur Vermeidung bzw. Reduktion von Aluminium in ausgewählten Produktgruppen	⬆	Zielvereinbarung abgeschlossen. Baseline wurde erstellt.	➔
Zielvereinbarung zur Umstellung von PVC auf andere Materialien in ausgewählten Produktgruppen	⬆	Zielvereinbarung abgeschlossen. Baseline wurde erstellt.	➔
Zielvereinbarung zur Reduktion des Verbrauchs von Einweg-Tragetaschen	⬆	Zielvereinbarung abgeschlossen. Baseline wurde erstellt.	➔
Zielvereinbarung zur Reduktion des Verbrauchs von Knotenbeuteln	⬆	Zielvereinbarung abgeschlossen. Baseline wurde erstellt.	➔
Zielvereinbarung zur Verpackungsvermeidung bzw. -optimierung im Bereich Obst und Gemüse	➔	Zielvereinbarung abgeschlossen. Baseline befand sich bis 30.06. in Erstellung.	➔
Erstellung von Informationen zu Verpackungen und Verpackungsmitteln für die Fruchtkontore, den Endverbraucher und zum Thema „Verpackung loser Ware“	➔	Erstellung von Informationen erfolgt kontinuierlich nach Bedarf. In allen Filialen mit Bedientheke für Fleisch und Wurst in Süd- und Ostdeutschland wurde das Mehrwegdosenkonzept eingeführt.	➔

## 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

### 2.7 Verpackung

## 3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

## 4. Produktbezogene Kommunikation

## 5. Bestätigungsvermerk

Verpackungen und der Zertifizierung von Materialien, zum Beispiel biobasierten Kunststoffen. Im Jahr 2020 vereinbaren die Partner weitere Ziele

## STATUS

Mit 18,2 Millionen Tonnen erreichte die Menge an Verpackungsabfällen im Jahr 2017 in Deutschland einen neuen Höchststand.<sup>57</sup> Insgesamt wurden sechs von sieben Zielvereinbarungen zwischen Netto und dem WWF vertraglich verankert: Vermeidung beziehungsweise Reduktion von Aluminium in Verpackungen, Umstellung von PVC auf PVC-freie Materialien, Einsatz von Recyclingmaterial (PET) im Bereich Drogerie, Verpackungsvermeidung bzw. -optimierung im Bereich Obst und Gemüse, Reduktion des Verbrauchs von Einweg-Tragetaschen und Verringerung des Knotenbeutelverbrauchs. Ausstehend ist der Bereich Einsatz von Recyclingmaterial bei PET-Flaschen (Getränke).

Der WWF berät zur ökologisch vorteilhaften Gestaltung verschiedener

zur Optimierung der anderen Eigenmarkenverpackungen. Darüber hinaus erstellen die Partner gemeinsam für die Fruchtkontore<sup>56</sup> und Endverbraucher

Netto-Eigenmarkenverpackungen. Grundvoraussetzung hierfür ist die Verfügbarkeit von allgemeinen oder spezifischen Informationen. Je nachdem, ob und wenn ja, welche Daten vorlagen, wurden Handlungsempfehlungen zur Verbesserung ausgesprochen.

Im Bereich biobasierte Kunststoffe wurde ein Artikel identifiziert, der derzeit über kein durch den WWF gefordertes Nachhaltigkeitszertifikat verfügt. Es wurden ein Umstellungsplan entwickelt und erste Gespräche mit einer entsprechenden Zertifizierungsorganisation sowie Zulieferern geführt. Der Artikel wird für die neue Ausschreibungsperiode mit entsprechenden Zertifikaten angefragt. Zum Zeitpunkt der Berichterstattung war die Ausschreibung noch nicht beendet.

zielgruppengerechte Informationen zu Verpackungen und Verpackungsmitteln und weiteren themenspezifischen Fragestellungen.



<sup>56</sup> Der Verbund ist eines der wenigen Handelsunternehmen mit einem eigenen Kompetenzzentrum für Obst und Gemüse. Die 250 Mitarbeiter beraten, entwickeln und pflegen langfristige sowie vertrauensvolle Beziehungen zu Erzeugern rund um den Globus.

<sup>57</sup> Siehe: [www.umweltbundesamt.de/daten/ressourcen-abfall/verwertung-entsorgung-ausgewaehelter-abfallarten/verpackungsabfaelle#textpart-5](http://www.umweltbundesamt.de/daten/ressourcen-abfall/verwertung-entsorgung-ausgewaehelter-abfallarten/verpackungsabfaelle#textpart-5), Stand 19.12.2018

## 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

## 2.7 Verpackung

## 3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

## 4. Produktbezogene Kommunikation

## 5. Bestätigungsvermerk

Der WWF erstellt kontinuierlich zielgruppengerechte Informationen zu Verpackungen und Verpackungsmitteln. Hierfür werden vom WWF unter anderem individuelle Fakten- und Hintergrundpapiere vorbereitet und gemeinsam mit Netto konkrete Kommunikationsmöglichkeiten erarbeitet. So werden Kunden beispielsweise zum Verzicht auf Knotenbeutel und Papiertüten in der Obst- und Gemüseabteilung animiert. In diesem Rahmen wird ebenfalls das Mehrwegnetz für Obst- und Gemüseartikel beworben.

Über diverse Medien- und Kommunikationskanäle werden die Kunden zudem zur Bedeutung und praxisgerechten Nutzung von Entsorgungs- und Verwertungssystemen informiert. Hierfür ist ein Trennhinweis entwickelt worden, der darüber informiert, wie gekennzeichnete Eigenmarkenverpackungen und deren Bestandteile getrennt und sachgerecht entsorgt werden sollten.

Zum Thema „Verpackung loser Ware“ setzt Netto in allen rund 400 Filialen mit Bedientheke für Fleisch und Wurst in Süd- und Ostdeutschland Mehrwegdosen ein. Um den Mehrweggedanken weiter zu verankern, wird zur mehrfachen Nutzung der Dosen aufgefordert.

## EINFÜHRUNG DES RECYCLINGWEGWEISER AUF NETTO-EIGENMARKENVERPACKUNGEN

In 2019 führte Netto einen Recyclingwegweiser auf ersten Eigenmarkenverpackungen ein. Unter dem Titel „Trennen für die Umwelt“ wird den Kunden eine Hilfestellung bei der sachgerechten Trennung und Entsorgung von Verpackungen gegeben. Der Recyclingwegweiser wird in Form eines leicht verständlichen, farbigen Piktogramms sukzessive auf immer mehr Netto-Eigenmarken zu finden sein.



## ZIELVEREINBARUNGEN

Basierend auf den sechs verabschiedeten Zielvereinbarungen wurde für den Fortschrittsbericht 2019 eine Bestandsaufnahme durchgeführt. Grundlage hierfür bildet eine Artikel-liste zum Stichtag 30.6.2018. Bei den Zielvereinbarungen zu Tragetaschen und Knotenbeuteln ist das Bezugsjahr 2017, d. h. hier werden die Daten aus dem Jahr 2017 als Referenz für die Entwicklung der Folgejahre verwendet.

Für die jeweiligen Zielvereinbarungen wurden sämtliche Netto-Eigenmarkenartikel auf Relevanz geprüft. Dabei wurden Bereiche identifiziert, in denen Aluminium, PVC und PET in Verpackungen verwendet werden. Anschließend wurden verbindliche Ziele zur Reduktion von Aluminium, PVC und PET festgelegt. Dabei wurden lediglich solche Artikel berücksichtigt, bei denen aktive Lieferbezie-

hungen zu den Herstellern bestehen, da nur bei diesen Produkten konkrete Umstellungsmöglichkeiten gegeben sind. Hier wurde deutlich, dass große Unterschiede bei der Umsetzbarkeit bestehen. Technischer Entwicklungsstand und Marktgegebenheiten müssen daher bei den Zielsetzungen entsprechend berücksichtigt werden.

**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

**2.7 Verpackung**

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**ALUMINIUM**

**Ziel:** Angestrebt wird eine möglichst weitgehende Reduktion bzw. Vermeidung von Aluminium in zuvor definierten Netto-Artikel(-gruppen) bis spätestens 01.09.2021. Dies betrifft die Aluminiumbeschichtung bei Getränkkartons/Flüssigkeitskartons<sup>58</sup> und Aluminiumfolien<sup>59</sup>. Die Ausweitung des Zielvorschlags auf weitere Artikel(-gruppen) wird kontinuierlich fortgesetzt.

**Status:** Die Erstellung der Baseline in Form aller relevanten Artikel aus zuvor definierten Warenbereichen mit entsprechendem Aluminiumanteil je Artikel in Gewichtsprozent ist erfolgt. Die Fortschritte bei der Aluminiumreduktion werden künftig jährlich ermittelt.

	ANZAHL RELEVANTER ARTIKEL	ALUMINIUMANTEIL IN GEWICHTSPROZENT
Getränkkartons <sup>60</sup>	35	4,82
Schokolade <sup>61</sup>	5	16,34
Gesamt	40	5,47

**Tabelle 6:** Kennzahlen Aluminium im Kalenderjahr 2018 bezogen auf die Artikel-liste Stand 30.6.2018

**PVC**

**Ziel:** Angestrebt wird eine möglichst weitgehende Umstellung von PVC auf PVC-freie Alternativen in zuvor definierten Netto Artikel(-gruppen) bis spätestens 01.09.2021. Dies betrifft Schraubdeckel bei Glasverpackungen<sup>62</sup>, Schrumpfkapseln bei alkoholischen Getränken in Glasflaschen<sup>63</sup> und Schrumpffolien<sup>64</sup>. Die Ausweitung des Zielvorschlags auf weitere Artikel(-gruppen) wird kontinuierlich fortgesetzt.

definierten Warenbereichen, in denen PVC enthalten ist, ist abgeschlossen. Im Jahr 2018 wurden 161 relevante Artikel ermittelt.

Ab 2020 wird zusätzlich die Anzahl der Artikel ermittelt, deren Lieferanten eine Umstellung auf PVC-freie Materialien umgesetzt haben. In diesem Zuge wird gleichzeitig Wissen darüber generiert, ob und falls ja, welche Ersatzstoffe verwendet werden.

**Status:** Die Erstellung der Baseline in Form aller relevanten Artikel aus zuvor

**ANZAHL ARTIKEL MIT PVC**

2019	161
------	-----

**Tabelle 7:** Kennzahlen PVC im Kalenderjahr 2018 bezogen auf die Artikelliste Stand 30.6.2018

<sup>58</sup> Relevante Artikel sind nach Zielvereinbarung: Molkereiprodukte: Milch- & Milchkochgetränke, Pflanzliche Alternativen, Kondensmilch, H-Schlagsahne; alkoholfreie Getränke: Fruchthaltige Getränke, Gemüsesäfte; alkoholische Getränke: Tafelwein, Sangria, Glühwein

<sup>59</sup> Relevante Artikel sind nach Zielvereinbarung: (Tafel-)Schokoladen

<sup>60</sup> Siehe Fußnote 58

<sup>61</sup> Siehe Fußnote 59

<sup>62</sup> Relevante Artikel sind nach Zielvereinbarung: Schraubdeckel bei Glasverpackungen: Fisch, Fischmarinaden & sonstige Fischerzeugnisse, Brühwurst, Obstkonserven, Gemüsekonserven, Sauerkonserven, Fischkonserven, Ketchup, Würz- und Feinkostsoßen, Mayonnaisen, Remouladen, Salatsoßen, (Kokos-)Öle, Fruchtaufstriche, Honig, Nuss- und Schokocremes, sonstige Brottaufstriche.

<sup>63</sup> Relevante Artikel sind nach Zielvereinbarung: Schrumpfkapseln: Alkoholische Getränke in Glasflaschen (Wein, Sekt).

<sup>64</sup> Relevante Artikel sind nach Zielvereinbarung: Sleeves (Schrumpffolien): Milchkochgetränke, Smoothies, Trinkjoghurt, Fette, Dressings, Ice Tea, Grüner Tee.

**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

**2.7 Verpackung**

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**PET-FLASCHEN BEI WASCH-, PUTZ- UND REINIGUNGSMITTEL (WPR)**

**Ziel:** Bei allen PET-Flaschen der Netto-Eigenmarken für Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel wird der Anteil von verwendetem Recyclingmaterial stufenweise erhöht. Bis spätestens 01.09.2020 erfolgt der Einsatz von mindestens 30 Prozent Recyclingmaterial bei ausgewählten Eigenmarkenartikel. Angestrebt wird der Einsatz von 100 Prozent Recyclingmaterial bis 31.05.2022. Zudem prüfen Netto und der WWF kontinuierlich die Optimierungsmöglichkeiten der Eti-

kettenmaterialien und -klebstoffe, um die Recyclingfähigkeit entsprechender Artikel zu erhöhen.

**Status:** Die Erstellung der Baseline in Form aller relevanten Artikel unter Benennung der Gesamtmenge des eingesetzten PET-Materials ist erfolgt.

Künftig wird jährlich der prozentuale Anteil des eingesetzten Recyclingmaterials bei relevanten Artikeln ermittelt.



<sup>65</sup> Alle PET-Flaschen der Netto Eigenmarken für Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel im Warenbereich Drogerie.

**2018**

Anzahl relevanter Artikel <sup>65</sup>	15
PET in Tonnen	550,87

**Tabelle 8:** Kennzahlen PET-Flaschen bei Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel (WPR) im Kalenderjahr 2018 bezogen auf die Artikelliste Stand 30.6.2018

**OBST UND GEMÜSE**

**Ziel:** Entwicklung eines Zeitplans für Verpackungsvermeidung beziehungsweise -optimierung im Bereich Obst und Gemüse für das gesamte Netto-Eigenmarkensortiment auf Einzelartikel-ebene. Die individuell entwickelten Maßnahmen werden bis spätestens 31.05.2022 abgeschlossen.

**Status:** Zur Erstellung des Status quo der Eigenmarkenverpackungen wurde ein mehrtägiger Workshop mit allen

Stakeholdern und Fachexperten durchgeführt, in dem jeder Artikel hinsichtlich Verpackungsart,-materialien und -mengen erfasst wurde. Darauf aufbauend wurde jeder Artikel auf Vermeidungs- und Optimierungspotential geprüft. Für jeden Artikel, bei dem umsetzbare Potentiale ermittelt wurden, wird ein zeitlicher Umstellungsplan erarbeitet. Zum Zeitpunkt der Status-erhebung befand sich dieser Prozess noch in Bearbeitung.

**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

**2.7 Verpackung**

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

**TRAGETASCHEN**

**Ziel:** Angestrebt wird eine Reduktion der von Netto bezogenen<sup>66</sup> Einweg-Tragetaschen (Kunststoff und Papier) um mindestens 30 Prozent bis spätestens 31.05.2022, ohne dabei den Verbrauch von Mehrwegalternativen zu steigern. Präferierte Alternative beim notwendigen Einsatz von Tragetaschen ist die dauerhafte Verwendung von Mehrweg-Tragetaschen aus Kunststoff mit einem Anteil von mindestens 80 Prozent Recyclingmaterial oder einem biologischen/natürlichen Material, ausgezeichnet nach einem vom WWF anerkannten ökologischen Standard. Die Reduktion wird von Informations- und Kommunikationsmaßnahmen in hierfür geeigneten Kommunikationskanälen (auch über den Filialbereich hinaus) begleitet.

**Status:** Eine erste Erhebung der Baseline 2017 sowie eine erste Auswertung der Ergebnisse im Vergleich zu 2018 der von Netto bezogenen Tragetaschen ist erfolgt.

Bezogen auf den Betrachtungszeitraum 2017 und 2018 zeigt die Auswertung der Daten eine Zunahme des Gesamteinwegtaschenverbrauchs bezogen auf die Stückzahl je Quadrat-

meter Verkaufsfläche (Kunststoff und Papier) um 10,22 Prozent. Dies ergibt sich aus dem Monitoring für 2017, in dem 22,43 Stück pro Quadratmeter Verkaufsfläche ermittelt wurden. Im Jahr 2018 erhöhte sich dieser Wert auf 24,72 Stück je Quadratmeter Verkaufsfläche. Das Rohstoffgewicht stieg insgesamt um 7,96 Prozent je Quadratmeter Verkaufsfläche. Im Jahr 2017 wurden 0,77 kg und im Jahr 2018 0,83 kg je Quadratmeter Verkaufsfläche ermittelt.

Differenziert betrachtet zeigen die Ergebnisse eine Zunahme beim Verkauf von Kunststoff-Einwegtaschen von 20,02 Stück auf 22,43 Stück je Quadratmeter Verkaufsfläche. Dies ergibt eine Zunahme des Rohstoffgewichts um 12,02 Prozent.

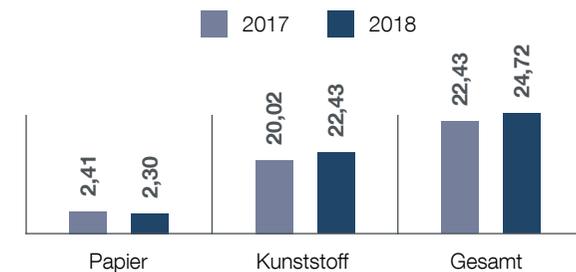
Im selben Zeitraum nahm der Verkauf von Papier-Einwegtaschen von 2,41 Stück im Jahr 2017 auf 2,30 Stück pro Quadratmeter Verkaufsfläche im Jahr 2018 ab. Dies ergibt eine Reduktion des Rohstoffgewichts um 4,75 Prozent.

Angestrebt wird eine Reduktion des Gesamt-Tragetaschenverbrauchs.

Dies erfordert die aktive Einbindung und Ansprache verschiedener Akteure, die es künftig noch stärker mittels Informations- und Begleitkommunikation zum möglichen Ver-

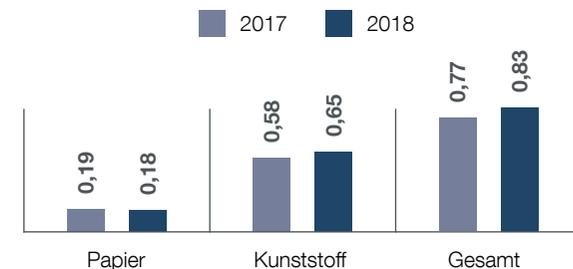
zicht von Tragetaschen aufzurufen beziehungsweise für die wiederholte und dauerhafte Nutzung von Mehrweg-Tragetaschen zu sensibilisieren gilt.

**Tragetaschen: Stückzahl pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**



**Abbildung 6:** Stückzahl pro Quadratmeter Verkaufsfläche der Netto-Märkte in den Jahren 2017 und 2018.

**Materialmenge in kg pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**



**Abbildung 7:** Materialmenge pro Quadratmeter Verkaufsfläche der Netto-Märkte in den Jahren 2017 und 2018.

<sup>66</sup> Betrifft die über die EDEKA Zentrale gehandelten Einweg-Tragetaschen.

**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

**2.7 Verpackung**

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

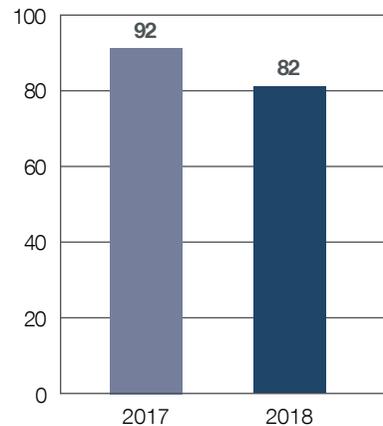
**5. Bestätigungsvermerk**

**KNOTENBEUTEL**

**Ziel:** Angestrebt wird die Reduktion der von Netto bezogenen Knotenbeutel<sup>67</sup> um mindestens 30 Prozent bis spätestens 31.05.2022. Die Reduktion wird begleitet von der gemeinsamen und kontinuierlichen Entwicklung von Informations- und Kommunikationskampagnen zum Verzicht auf bzw. sorgsamem Umgang mit Knotenbeuteln in hierfür geeigneten Kommunikationskanälen (d. h. auch über POS hinaus).

**Status:** Eine Erhebung der Baseline 2017 sowie eine erste Auswertung der Ergebnisse im Vergleich zu 2018 der von Netto bezogenen Knotenbeutel bezogen auf Materialmenge und Stückzahl ist erfolgt. Das Monitoring hat ergeben, dass die Anzahl der an die Netto-Märkte ausgegebenen Knotenbeutel (Stückzahl je Quadratmeter Verkaufsfläche) von 2017 auf 2018 um 10,45 Prozent gesunken ist.

**Knotenbeutel pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**



**Abbildung 8:** Stückzahl pro Quadratmeter Verkaufsfläche in den Netto-Märkten Jahr 2017 und 2018.

<sup>67</sup> Betrifft die über die EDEKA Zentrale gehandelten Knotenbeutel.

**HANDBUCH ZUR VERPACKUNGSOPTIMIERUNG DES EIGENMARKENSORTIMENTS**

Gemeinsam mit dem WWF und Experten ist ein zur internen Verwendung bestimmtes Handbuch zur Verpackungsoptimierung des Eigenmarkensortiments entwickelt worden. Es soll als Leitfaden für sämtliche Bereiche des Verbunds gelten, die mit Verpackungen beschäftigt sind. Die Verpackungsvermeidung hat dabei stets oberste Priorität. Falls die Vermeidung nicht möglich ist, können sowohl allgemeine als auch spezifische Handlungsempfehlungen abgeleitet werden. Das Handbuch wird kontinuierlich aktualisiert, um den sich stetig verändernden Anforderungen und Herausforderungen des Themenfelds gerecht zu werden.



Durch Verbesserungen bei Anbau- und Bewässerungs-Methoden trägt das Zitrusprojekt zu den globalen Nachhaltigkeitszielen bei.

Zusätzlich zu den übergreifenden SDGs der Partnerschaft (siehe S. 6f.) trägt dieses Themenfeld zur Erreichung folgender SDGs bei:



# 3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange

**1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit**

**2. Die Fortschritte in den Themenfeldern**

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

Insbesondere im Winter sind Orangen und Mandarinen bei deutschen Kunden beliebt. Entsprechend groß sind die Mengen, die importiert werden. 82 Prozent der Früchte stammen aus Spanien. Neben der Region Valencia ist die Region Andalusien im Süden Spaniens das wichtigste Anbaugebiet. Das hat schwerwiegende negative ökologische Auswirkungen zur Folge und führt zu einer Ressourcenkonkurrenz mit bestehenden Schutzgebieten wie dem Doñana-Nationalpark, einem wichtigen und gefährdeten Zufluchtsort für bedrohte Tiere und wichtiges Durchzugsgebiet für Zugvögel.

Die Hälfte der Fläche Andalusiens wird landwirtschaftlich genutzt. Die Landwirtschaft ist der Hauptnutzer von Wasser in der Region. Durch schlechtes Wassermanagement sowie hohe und zum Teil illegale Wasserentnahmen leidet die Projektregion im Flussgebiet des Guadalquivir an einem jährlichen Wasserdefizit von 400 bis 700 Millionen Kubikmeter. Außerdem führen der in der konventionellen

Landwirtschaft intensive Einsatz von teils hochgefährlichen Unkraut- und Schädlingsbekämpfungsmitteln, Flächenumwandlungen und der Verlust von Bodenfruchtbarkeit zu einem dramatischen Rückgang der Biodiversität.

Entsprechend setzt das im Jahr 2015 begonnene Zitrusprojekt der Partnerschaft genau dort an, wo die negativen Auswirkungen auf die Umwelt am größten und mögliche Verbesserungen am effektivsten sind. Im Jahr 2018 wurden die Projektmaßnahmen für eine nachhaltigere Wassernutzung, einen reduzierten Einsatz von Unkraut- und Schädlingsbekämpfungsmitteln, die Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit und der Artenvielfalt auf neun Zitrusplantagen mit einer Gesamtanbaufläche von 716 Hektar umgesetzt, um deren konventionellen Anbau nachhaltiger zu gestalten. Das hatte zur Folge, dass in der Verkaufssaison 2018/2019 fast jede fünfte im Verbund verkaufte Orange vom Feldprojekt für eine bessere Orange und Mandarine in Spanien kamen.

## **RÜCKKEHR DER NATUR AUF FELDER UND PLANTAGEN**

### **Schlüsselthema Landwirtschaft**

Weltweit trägt die Landwirtschaft zum Verlust an Biodiversität und zur weiteren Erhitzung des Planeten bei. Eine wachsende Weltbevölkerung und die steigende Nachfrage nach Fleisch tragen zur Verschärfung der Probleme bei. Ein großer Teil des Netto-Angebots stammt aus landwirtschaftlicher Produktion. Netto ist sich der daraus erwachsenden Verantwortung bewusst und setzt deshalb mit dem WWF und lokalen Produzenten ein landwirtschaftliches Projekt zum Natur- und Artenschutz um. Da der größte Anteil der landwirtschaftlichen Erträge aus konventioneller Produktion stammt, setzen die Partner bewusst in diesem Sektor an.

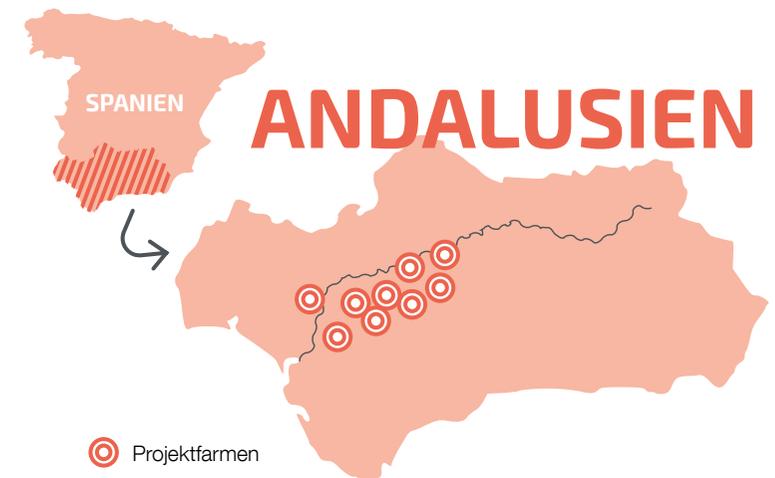
### **Konkreter Artenschutz durch Rückzugsräume und Nistplätze für zum Beispiel Greifvögel und Schildkröten**

Beim „Gemeinsamen Projekt für eine bessere Orange“ wird im trockenen und landwirtschaftlich intensiv genutzten Süden Spaniens neben dem Artenschutz und dem nachhaltigeren Einsatz von Unkraut- und Schädlingsbekämpfungsmitteln sowie Düngemitteln vor allem auf verbessertes Wassermanagement in der besonders wasserintensiven Zitrusfrucht-Produktion gesetzt. So konnte der Wasserverbrauch auf der Pilotfinca Iberesparragal um 21 Prozent gesenkt werden.

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

**ALLGEMEINE PROJEKTINFORMATIONEN**

Projektname	„Zitrusprojekt“: Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange und eine bessere Mandarine
Anbauregion	Andalusien, Spanien, im Wassereinzugsgebiet des Flusses Guadalquivir
Projektziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltigere Wassernutzung auf den Farmen und im Flussgebiet</li> <li>• Nachhaltigerer Pflanzenschutz</li> <li>• Erhalt und Förderung von biologischer Vielfalt und Ökosystemen</li> <li>• Maßnahmen der guten landwirtschaftlichen Praxis (u. a. nachhaltigerer Düngemiteleinsatz, Förderung der Bodenfruchtbarkeit)</li> </ul>
Anzahl Projektfarmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2016: eine Orangenplantage</li> <li>• 2017: acht Orangenplantagen (davon auf zwei auch Anbau von Mandarinen)</li> <li>• 2018: neun Orangenfarmen (davon auf zwei auch Anbau von Mandarinen)</li> </ul>
Anbaufläche insgesamt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2016: 167 Hektar</li> <li>• 2017: 571 Hektar</li> <li>• 2018: 716 Hektar</li> </ul>
Vermarktung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saison 2016/17: in ausgewählten Märkten des Verbunds</li> <li>• Saison 2017/18: deutschlandweit im Verbund verfügbar</li> <li>• Saison 2018/19: deutschlandweit im Verbund verfügbar</li> </ul>



**Abbildung 9:** Karte der Projektfarmen im Flussgebiet des Guadalquivir

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

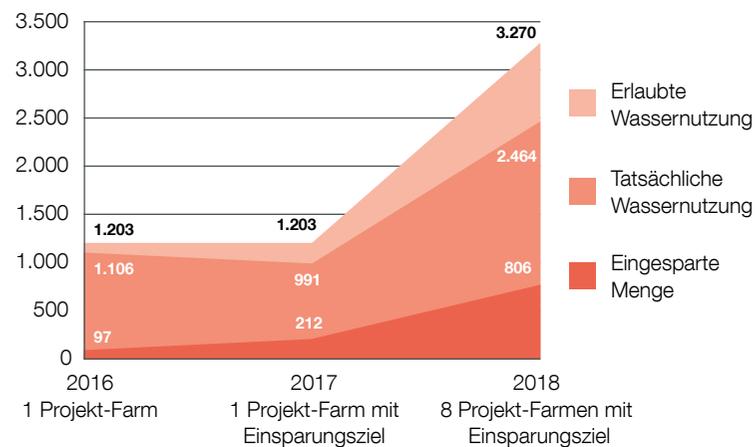
## PROJEKTFORTSCHRITTE 2018

### NACHHALTIGERE WASSERNUTZUNG AUF DEN FARMEN UND IM FLUSSGEBIET

Im Zitrusprojekt haben sich die Partner ambitionierte Ziele gesetzt. Um ihre Bewässerung an die aufgrund des Klimawandels sinkende Wasserverfügbarkeit anzupassen, sollen die Projektfarmen in ihrer Wassernutzung mindestens acht Prozent gegenüber der erlaubten Wassernutzungsmenge einsparen. Unterstützt wird dies im Projekt durch eine Optimierung der Bewässerungssysteme.

Im Jahr 2018 konnten insgesamt 806 Millionen Liter Wasser eingespart werden (Abbildung 10). Damit wurde die Zielsetzung von acht Prozent deutlich übertroffen. Auch weil im Erhebungszeitraum überdurchschnittlich viel Regen fiel, haben die Produzentinnen und Produzenten durchschnittlich nur 75,3 Prozent der erlaubten Menge für die Bewässerung ausgeschöpft.

#### Eingespartes Wasser auf Projektfarmen in Millionen Liter



**Abbildung 10:** Eingespartes Wasser in der Bewässerung in Relation zu den verfügbaren Wassernutzungsrechten der Projektfarmen.



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

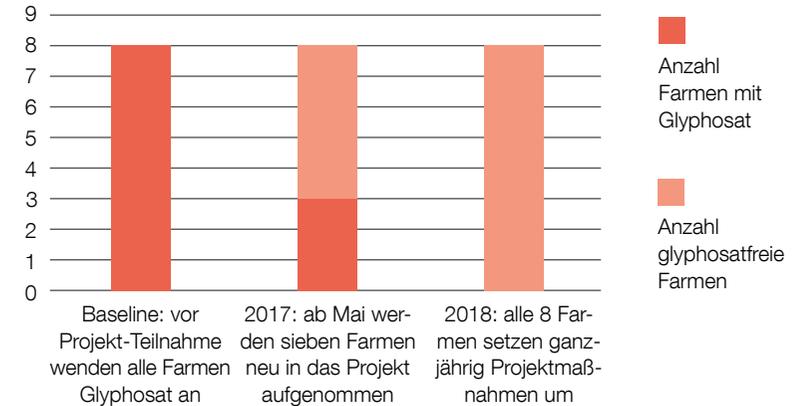
## NACHHALTIGERER PFLANZENSCHUTZ

Auch im Jahr 2018 wurde der im Projekt entwickelte und bewährte Pestizid-Plan von allen Landwirten befolgt. Er schließt die Anwendung besonders gefährlicher Pflanzenschutzmittel wie des Totalherbizids Glyphosat (Abbildung 11) oder des Insektizids Chlorpyrifos (Infobox) aus. Im konventionellen spanischen Orangenanbau kommen diese nach wie vor häufig zum Einsatz.

Zudem werden Schädlingsbekämpfungsmittel jetzt gezielter eingesetzt. Während vor Projektbeginn von acht Projekt-Farmen durchschnittlich 14 Kilo beziehungsweise Liter an aktiven Pestizid-Wirkstoffen pro Hektar angewendet wurden, konnte diese Menge auf ein Fünftel, also durchschnittlich nur noch drei Kilo beziehungsweise Liter pro Hektar, reduziert werden (Abbildung 12).

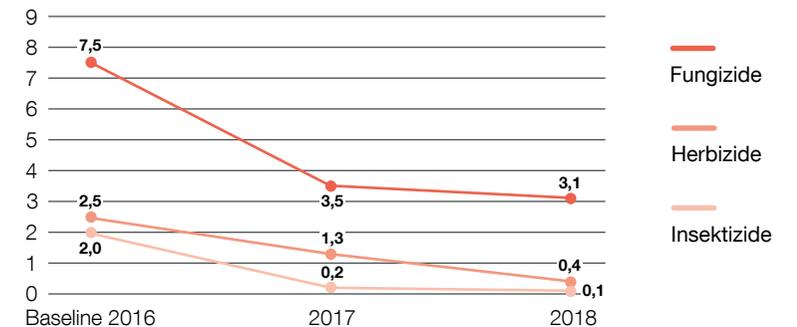


### Glyphosat-Anwendung auf Projektfarmen



**Abbildung 11:** Glyphosat-Anwendung auf Projektfarmen vor und nach Projekteintritt

### Reduktion der eingesetzten Pflanzenschutzmittel auf Projektfarmen, nach Kategorie, 2016–2018 (Menge aktive Wirkstoffe (kg/l) pro Hektar)



**Abbildung 12:** Reduktion der eingesetzten Pflanzenschutzmittel auf acht Projektfarmen seit 2016.

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

Vielfältige Projektmaßnahmen dienen dazu, die Biodiversität und vorhandene Ökosysteme zu schützen und zu verbessern. Das Projekt hat es sich zum Ziel gesetzt, der Natur wieder einen Platz auf den Plantagen zu geben. Mit den Produzenten konnten so bemerkenswerte Erfolge erzielt werden. Der Schutz und die Entwicklung der Pflanzendecken ist eine der wichtigsten und für alle Produzenten verpflichtenden Maßnahmen des Projekts. An den Rändern der Plantage, an Wegen und zwischen den Orangenbaumreihen soll die natürliche Vegetation so weit wie möglich Platz zurückerhalten. Denn dort finden – insbesondere,

wenn unterschiedliche Pflanzenarten wachsen (Abbildung 14) – Nützlinge Unterschlupf und unterstützen bei der Kontrolle von Schädlingen. Vor Eintritt in das Projekt wurden diese Teile der Farmen meist mit Herbiziden behandelt (Abbildung 13).

Wo möglich, werden auf den Projektfarmen zusätzliche Flächen für Biodiversität geschaffen. Beispielsweise werden besonders funktionale Pflanzenarten wie Korbblütler ausgesät und so zusätzliche Oasen für Nützlinge geschaffen. Zwischen den Orangenbaumreihen der Projektfarmen darf sich die natürliche Vegetation weitgehend



**Abbildung 13 und Abbildung 14:** Seitdem weniger Herbizide zum Einsatz kommen, bieten die Ränder von Bewässerungsbecken und weitere Flächen auf den Projektfarmen der natürlichen Vegetation Platz. Die Bilder zeigen die Einfassung desselben Wasserrückhaltebeckens eines Produzenten seit Projekteintritt im Jahr 2017.

## CHLORPYRIFOS IN DER SPANISCHEN LANDWIRTSCHAFT

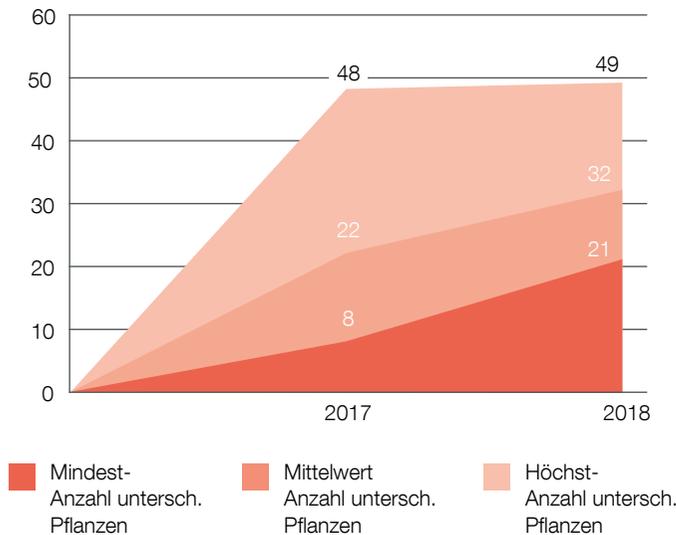
Chlorpyrifos ist ein sehr beständiger Wirkstoff und im spanischen Obst- und Gemüseanbau das meistgenutzte Schädlingsbekämpfungsmittel.<sup>68</sup> Seit den 1980er-Jahren wird es vor allem gegen Blatt- und Schildläuse massiv eingesetzt. Es birgt hohe Risiken für Menschen und Natur. Neben negativen Auswirkungen auf Wasser-Ökosysteme kann es besonders bei Kindern und Ungeborenen schwere Probleme bei der kognitiven Entwicklung verursachen.

Im Zitrusprojekt war die Anwendung von Chlorpyrifos von Anfang an verboten. Gegen Läuse ist ausschließlich der Einsatz von schonenderen Pflanzenschutzmitteln erlaubt. Dies jedoch auch nur auf jungen Bäumen, bei denen Läuse gravierende Wachstumsschäden verursachen können. Bei älteren Bäumen auf den Plantagen ist eine chemische Behandlung gegen Läuse zudem gar nicht mehr nötig, da durch die ergriffenen Umweltschutzmaßnahmen zwischen den Baumreihen wieder geschlossene Pflanzendecken entstanden sind. Hier finden Nützlinge wie Marienkäfer, die Orangen- und Mandarinenbäume auf natürliche Weise vor Lausbefall schützen, einen Lebensraum.

<sup>68</sup> "La UE prohibirá en 2020 el pesticida más usado en España por su peligro para la salud" vom 17.6.2019 [https://www.elconfidencial.com/amp/tecnologia/ciencia/2019-06-17/pesticia-agricultura-espana-peligro-ue-prohibicion\\_2073403/?\\_\\_twitter\\_impression=true](https://www.elconfidencial.com/amp/tecnologia/ciencia/2019-06-17/pesticia-agricultura-espana-peligro-ue-prohibicion_2073403/?__twitter_impression=true)

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

**Anzahl unterschiedlicher Pflanzenarten**  
 in den Pflanzendecken auf den Projektfarmen



**Abbildung 15 und 16:** Die Zahl der unterschiedlichen in den Pflanzendecken vorhandenen Pflanzenarten hat seit Projektbeginn deutlich zugenommen. Diese setzen sich auf den einzelnen Projektfarmen im Berichtsjahr 2018 aus jeweils mindestens 21 verschiedenen Pflanzenarten zusammen. Das Bild rechts zeigt eine funktionelle Pflanzendecke zwischen den Orangenbaumreihen.

ungehindert entwickeln. So entstehen grüne Korridore, auf denen sich Tiere wie beispielsweise Füchse bewegen können. Die Zahl der Pflanzenarten in den Pflanzendecken hat seit Projektbeginn kontinuierlich zugenommen.

Als weitere Maßnahme wurden auf acht Farmen insgesamt 35 Ansitzstangen für Greifvögel aufgestellt. Als Folge konnte der für das Projekt tätige Biodiversitäts-Experte zwischen Juni 2017 und Juni 2018 auf den Farmen mehr als zehn Arten tag- und nachtaktiver

Greifvögel wie Fischadler, Turmfalke, Wanderfalke, Habichtsadler, Schwarzmilan, Steinkauz und Schleiereule beobachten.

2018 wurden die vier Projektfarmen, auf denen es Wasserrückhaltebecken gibt, zusätzlich mit insgesamt fünf schwimmenden Biodiversitätsinseln ausgestattet. Diese treibenden Matten mit einer Gesamtfläche von 24 Quadratmetern wurden mit insgesamt 950 Wasserpflanzen bepflanzt und in die Wasserbecken eingelassen. Zwerg-

und Haubentaucher und andere Wasservögel nehmen diese als Nistplätze an, und auch Eisvogel, Fischadler und die geschützte Maurische Bachschildkröte nutzen die Inseln.

Für einige Tierarten wurden im Projekt zudem gesonderte Schutzprotokolle beschlossen. Sobald beispielsweise der Ziegenmelker auf einer Farm gesichtet wird, dürfen Traktoren die Sektoren, in denen sich das Nest der bodenbrütenden Vögel befindet, nicht mehr befahren.



**Abbildung 17:** Schwimmende Biodiversitätsinsel auf einer Projektfarm

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

## WEITERE MASSNAHMEN DER GUTEN LANDWIRTSCHAFTLICHEN PRAXIS

Alle Projektfarmen liegen in Gebieten, die von der andalusischen Wasserbehörde als „Zonen mit einem besonderen Risiko der Nitrat-Belastung“ deklariert wurden. Daraus resultierend ist beispielsweise vorgeschrieben, wie viel Dünger auf den landwirtschaftlichen Flächen ausgebracht werden darf. Ob Produzenten diese Regelung einhalten, wird jedoch von der Behörde nicht überprüft.

Im Zitrusprojekt wurden daher zusätzliche Maßnahmen ergriffen. Zunächst wurden alle Produzenten seit 2018 verpflichtet, Art und Menge der eingesetzten Düngemittel regelmäßig zu dokumentieren. Die bis dahin vorhandenen Daten aus vorangegangenen Jahren waren teils

lücken- und fehlerhaft. Mit der detaillierten Erfassung der eingesetzten Dünger kann das Projektteam zukünftig nachvollziehen, ob die Vorgaben der Behörden befolgt werden. Die Projektpartner haben sich auch darauf verständigt, einmal jährlich in Rücksprache mit den Produzenten eine Düngeplanung vorzunehmen, die sich auf regelmäßige Boden- und Blattproben stützt. Hierdurch soll der Einsatz von Düngemitteln optimiert und an den realen Nährstoffbedarf der Orangen- und Mandarinenbäume angepasst werden. Die Bodenproben bilden auch die Grundlage für weitere Maßnahmen zur Förderung der Bodenfruchtbarkeit, die im Jahr 2019 zusammen mit den Projektfarmen umgesetzt werden sollten.

## HERAUSFORDERUNGEN UND AUSBLICK

Das Zitrusprojekt richtet sich an Landwirte, die ihre Orangen- und Mandarinenplantagen vor der Teilnahme am Projekt klassisch konventionell bewirtschaftet haben. Auf vielen der Plantagen wurden intensiv und teilweise auch präventiv Herbizide und hochgefährliche Insektizide eingesetzt. Die Biodiversität hat darunter stark gelitten. Für einige Projektfarmen bedeutet die Umsetzung der Nachhaltig-

keitsanforderungen des Projekts somit eine Abkehr von der bisherigen Anbau-routine und erfordert ein prinzipielles Umdenken. Dieser Wandlungsprozess wird im Projekt durch Schulungen für Produzenten und Berater unterstützt. Ein 2018 neu gegründetes technisches Komitee soll helfen, den Austausch und das Vertrauen zwischen den Verantwortlichen zu stärken und gleichzeitig einen

Raum schaffen, um die Projektidee zu vermitteln und weiterzuentwickeln.

Durch die in den Jahren 2017 und 2018 stattgefundenen Ausweitungen konnten in der Verkaufssaison 2018/2019 die Projektorangen im Verbund über einen langen Zeitraum (Oktober bis Juni) im Sortiment geführt werden. Die Menge der verfügbaren Mandarinen reichte

jedoch noch nicht für eine längere bundesweite Abdeckung aus, da lediglich auf zwei der neun Projektfarmen neben Orangen auch Mandarinen angebaut werden. Deshalb soll für das kommende Jahr neben der Weiterentwicklung der Projektanforderungen und des nachhaltigeren konventionellen Anbaus auf den Projektfarmen die Stärkung des Mandarinenanbaus priorisiert werden.

## DIE RÜCKKEHR DES FISCHOTTERS

Fischotter sind selten geworden. Sie brauchen sauberes Wasser, sind sehr scheu und leben deshalb nur äußerst selten auf Orangenplantagen. Doch viel Geduld und ein gesteigertes Bewusstsein für den ökologischen Zustand der Wasserläufe als natürliche Korridore und Wege für Tiere wurden 2018 auf der Plantage „El Cerro“ belohnt: Nachdem zuvor Spuren im Bachbett (Abbildung 18) und Exkremente bereits auf die Präsenz des Fischotters hingedeutet hatten, lieferte eine Nachtsichtkamera schließlich den Beweis für die Existenz eines Fischotters auf der Plantage.

**Abbildung. 18:** Spur des Fischotters (Natrix maura) auf der Projekt-Farm „El Cerro“.



Zertifizierungssysteme tragen zur Umsetzung der Agenda 2030 bei. Die Kennzeichnung nachhaltigerer Waren mit dem Panda-Logo bietet eine Orientierungshilfe beim nachhaltigen Einkauf.

Zusätzlich zu den übergreifenden SDGs der Partnerschaft (siehe S. 6f.) trägt dieses Themenfeld zur Erreichung folgender SDGs bei:



# 4. Produktbezogene Kommunikation



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

Wer mit offenen Augen einen Netto-Markt aufsucht, kann sie kaum übersehen: die so genannten Co-Branding Produkte aus der WWF-Netto Partnerschaft. Sie sind erkennbar an einem rechteckigen weißen Hinweis und dem WWF-Panda Logo und sollen auf besonders nachhaltige Produkte im Netto-Eigenmarkensortiment hinweisen. Ein Beispiel dafür ist das Bienenhotel. Das hierfür verwendete Holz stammt aus 100 Prozent FSC®-zertifizierten Quellen und wurde im Rahmen des Co-Branding-Prüfprozesses hinsichtlich des entsprechenden Zertifikates untersucht. Ist das Holz FSC®-zertifiziert und das FSC®-Zertifikat gültig, wird das Produkt für das Co-Branding freigegeben und die Partnerschafts-Kennzeichnung auf dem Produkt angebracht.



<sup>69</sup> Treibhausgas-Ausstoß pro Kopf in Deutschland nach Konsumbereichen (2017); Siehe: Umweltbundesamt UBA-CO<sub>2</sub> Rechner <https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/konsum-umwelt-zentrale-handlungsfelder#textpart-1> (15.08.2019)

## ZERTIFIZIERTE PRODUKTE ZUM SCHUTZ NATÜRLICHER LEBENSÄUMLICHKEITEN

### Der Einfluss des Konsumenten

Die Einkaufsentscheidungen der Konsumenten wirken sich auf die Umwelt aus. Allein der Bereich Ernährung macht in Deutschland 15 Prozent des Treibhausgasausstoßes pro Kopf aus. Hierbei spielt insbesondere der Verbrauch von Fleisch und tierischen Produkten eine Rolle.<sup>69</sup> Mit dem Kauf von Bio-Produkten können die Folgen des persönlichen Verbrauchs gemindert werden, da sich die Produktion von Bio-Lebensmitteln unter anderem positiv auf den Gewässerschutz, den Erhalt der Bodenfruchtbarkeit, den Artenschutz und die Biodiversität auswirkt.

### Umweltschutz durch Nachhaltigkeitsstandards

Netto und der WWF arbeiten deshalb daran, Netto-Eigenmarken – wo möglich – zertifizieren zu lassen und auf umweltfreundliche Standards wie Marine Stewardship Council (MSC) oder Forest Stewardship Council (FSC®) umzustellen und so die Lebensräume Meer und Wald zu schützen. Auch Bio-Standards, die für eine garantiert ökologische Produktion stehen, tragen zum Erhalt der Artenvielfalt bei. So müssen beispielsweise pflanzliche Bio-Produkte aus abwechslungsreichen Fruchtfolgen stammen. Zudem muss beim Anbau auf chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel verzichtet werden.

### Mit geprüften Eigenmarken und WWF-Logo zur nachhaltigen Kaufentscheidung: 283 Entscheidungsmöglichkeiten

Beim Co-Branding im Rahmen der strategischen Partnerschaft zwischen Netto und dem WWF werden Produkte gekennzeichnet, die einen vom WWF anerkannten Höchststandard wie MSC, FSC®, Blauer Engel, NaTrue oder EU-Bio erfüllen und von unabhängigen Prüforganisationen zertifiziert sind. Das WWF-Logo auf Netto-Eigenmarken ist dabei eine zusätzliche Orientierungshilfe, die die Konsumenten dabei unterstützen soll, nachhaltige Produkte leichter zu erkennen.

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?

Netto-Eigenmarkenprodukte, die vom WWF anerkannte Nachhaltigkeitsstandards (EU-Bio, Naturland, Bioland oder vergleichbare Bioverbände, MSC, FSC®, Blauer Engel) nachweisen

und durch unabhängige Prüforganisationen zertifiziert worden sind, können den Hinweis auf die Partnerschaft samt WWF-Logo tragen.



## NEBEN DIESEN VOM WWF ANERKANNTEN NACHHALTIGKEITSSTANDARDS KANN DAS WWF-LOGO ABGEBILDET WERDEN:

<p><b>Biologischer Anbau</b></p>	<p><b>Holz / Papier / Tissue</b></p>	<p><b>Fisch und Meeresfrüchte</b></p>
----------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------

Wo nicht vom jeweiligen Standard bedacht, werden neben der Zertifizierung noch zusätzlich die regionalen oder lokalen Wasserrisiken sowie die Sozialrisiken auf Länderebene betrachtet. Dies ist bei EU-Bio-zertifizierten Produkten der Fall. Bei hohen Wasser- und Sozialrisiken werden zusätzliche Zertifizierungen vor-

ausgesetzt. Werden diese Zertifikate wie GlobalG.A.P. oder Nachweise über die Einhaltung von Social-Compliance-Standards (wie GRASP) nachgewiesen, kann ein Produkt trotz erhöhter Risiken ein Co-Branding erhalten. Darüber hinaus wird auf Produkten, die einem gemeinsamen Anbauprojekt entstam-

men (Zitrusfrüchte) das sogenannte Projekt-Branding eingesetzt. Nicht zuletzt kann auf Produkten, die andere als die WWF-anerkannten Höchststandards erfüllen, eine WWF-Empfehlung bezüglich des Standards aufgedruckt werden. Diese Art der Verbraucherkommunikation ist das sogenannte Co-Claming.



<sup>70</sup> Im Bereich der Natur- und Biokosmetik sind Produkte ab einem Mindestgehalt von 70 % Naturstoffen in Bioqualität Co-Branding-fähig. Dies entspricht der NATRUE Stufe 2, Naturkosmetik mit mindestens 70 % Bioanteil, und der Stufe 3, Biokosmetik mit mindestens 95 % Bioanteil.

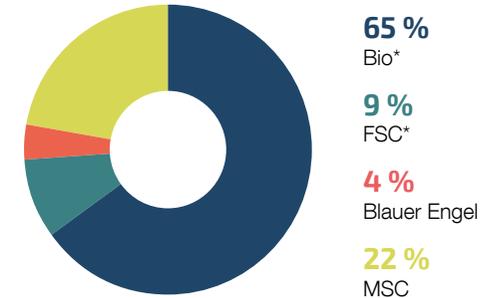
1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit
2. Die Fortschritte in den Themenfeldern
3. Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange
4. Produktbezogene Kommunikation
  - 4.1 Status Co-Branding
  - 4.2 Projekt-Branding
  - 4.3 Co-Claiming und Verbraucherhinweise
5. Bestätigungsvermerk

## 4.1 STATUS CO-BRANDING

**Status:** Zum 30.06.2019 wurden insgesamt 283 Produkte ermittelt, die ein Co-Branding tragen. Davon sind 185 Bio-, 61 MSC-, 26 FSC®-zertifiziert und 11 Produkte mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Bei der Erhebung der Ergebnisse werden alle Produkte gezählt, bei denen mindestens ein Lieferant die Anforderungen für das Co-Branding erfüllt. Gezählt wird jedes Produkt nur einmal, auch wenn es von verschiedenen Lieferanten kommt. Bei

der Co-Branding Prüfung werden alle Lieferanten eines Produktes kontrolliert. Dabei kann es vorkommen, dass nicht alle Lieferanten die notwendigen Bedingungen erfüllen. Im Markt finden sich ausschließlich co-gebrandete Produkte, deren Lieferanten die Anforderungen erfüllen. So kann es beispielsweise vorkommen, dass ein Produkt in einem Markt ein Co-Branding trägt, in einem anderen aber keines. Dies ist insbesondere bei Obst und Gemüse der Fall.

### Co-Branding Netto-Eigenmarkensortiment



**Abbildung 19:** Anteil aller Netto-Eigenmarkenprodukte mit Co-Branding, aufgeteilt nach Nachhaltigkeitsstandards, die der WWF anerkennt (Stand 30.06.2019).

\* Vom WWF für das Co-Branding anerkannte Bio-Standards sind EU-Bio, Naturland, Bioland oder vergleichbare Bioverbände.

\*\* FSC® 100 % für Holzprodukte; FSC® Recycled für Tissue- und Papierprodukte.

## 4.2 PROJEKT-BRANDING

Im Rahmen der Partnerschaft bezieht Netto Ware aus einem Projekt, dass den Anbau konventioneller Orangen und Mandarinen umweltfreundlicher gestaltet (Kapitel 3). Die Kennzeichnung der dort produzierten Ware besteht aus dem WWF-Logo in Verbindung mit dem Claim. „Netto und WWF: Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange“. So soll der Projektcharakter des Vorhabens verdeutlicht werden.



## 4.3 CO-CLAIMING UND VERBRAUCHERHINWEISE

Neben dem Co-Branding in Verbindung mit den vom WWF anerkannten Umweltstandards weisen produktbezogene Texthinweise auf weitere Umweltstandards hin. Da diese aus WWF-Sicht nicht ausreichend für das Co-Branding sind, erfolgt hier ein rein textlicher Hinweis ohne WWF-Logoeinbindung. Zu diesen Standards gehört beispielsweise der Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO). So wird bei Palmölprodukten ein Texthinweis

auf solchen Produkten abgebildet, deren Palmölbestandteile entlang der gesamten Lieferkette nach RSPO Segregated zertifiziert sind.

Darüber hinaus tragen zum Stichtag 30.06.2019 auch 29 FSC®-Misch-Hygiene-Produkte aus Tissue einen Verbraucherhinweis mit WWF-Logo. Sie sind nicht co-branding geeignet, weil der WWF FSC®-Mix nicht als ausreichend nachhaltig anerkennt.

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 17 zum Thema Fisch und Meeresfrüchte; Tabelle 2 auf Seite 22 zum Thema Holz/Papier/Tissue; Tabelle 3 auf Seite 29 und Abbildung 3 auf Seite 29 zum Thema Palmöl; Tabelle 4 auf Seite 35 und Tabelle 5 auf Seite 36 zum Thema Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung; Abbildung 5 auf Seite 46 zum Thema Süßwasser; Tabelle 6 auf Seite 53, Tabelle 7 auf Seite 53, Tabelle 8 auf Seite 54, Abbildung 6 und Abbildung 7 auf Seite 55 sowie Abbildung 8 zum Thema Verpackungen auf Seite 56; Abbildung 19 auf Seite 68 zum Thema Co-Branding, veröffentlicht im Fortschrittsbericht 2019 zur strategischen Partnerschaft zwischen WWF und Netto Marken-Discount (im Folgen-

den „Bericht“) für den Zeitraum vom 01. Juli 2018 bis zum 30. Juni 2019 der WWF Deutschland Stiftung bürgerlichen Rechts, Berlin (im Folgenden der „WWF Deutschland“) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

## Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

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

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener

Methoden zur Aufstellung des Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen 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 des Berichts zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen 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 Prüfurteil 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): „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

**1. Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit**

**2. Die Fortschritte in den Themenfeldern**

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

**4. Produktbezogene Kommunikation**

**5. Bestätigungsvermerk**

einleitend beschriebenen Angaben für den Zeitraum 01. Juli 2018 bis zum 30. Juni 2019 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien 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 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 ausgewählter quantitativer Angaben
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends
- Einsichtnahme in ausgewählte interne und externe Dokumente
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der im Prüfungsumfang enthaltenen Angaben.

**Prüfungsurteil**

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme gelangen lassen, dass die für den Zeitraum vom 01. Juli 2018 bis zum 30. Juni 2019 im Bericht von WWF Deutschland veröffentlichten ausgewählten quantitativen Angaben 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 aus-

schließlich 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 13.05.2020

KPMG AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hell ppa.  
Dollhofer