

EDEKA UND WWF STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT

Fortschrittsbericht 2015



KONTAKT WWF

Fachbereich Projektplanung
Erfolgsmessung und Evaluierung
WWF Deutschland
Reinhardtstr. 18
10117 Berlin

KONTAKT EDEKA

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



» Die „Partnerschaft für Nachhaltigkeit“ zwischen EDEKA und WWF

Im Juni 2012 sind EDEKA und der WWF Deutschland mit dem gemeinsamen Wunsch, Natur und Ressourcen zu schützen, eine strategische „Partnerschaft für Nachhaltigkeit“ eingegangen. Vorgegangen war seit 2009 eine Zusammenarbeit beim Thema „Nachhaltige Fischerei“. Ziel der Partnerschaft ist es, den ökologischen Fußabdruck von EDEKA deutlich zu reduzieren und den nachhaltigen Konsum bei Verbraucherinnen und Verbrauchern zu fördern. Im November 2014 wurde beschlossen, diese Partnerschaft langfristig fortzusetzen. In diesem Rahmen wurde der Zielkatalog geschärft und ergänzt und die Partnerschaft auf die EDEKA-Tochter Netto Marken-Discount erweitert. Der hier vorliegende Fortschrittsbericht bezieht sich auf die Ziele der ersten Phase der Partnerschaft, die neuen Ziele sind als Vorabinformation bereits aufgeführt.

Wesentlicher Bestandteil der Partnerschaft ist die Umstellung des Eigenmarkensortiments von EDEKA und Netto Marken-Discount auf nachhaltigere Alternativen. Die Sortimentsarbeit bezieht sich auf die Themenbereiche Fisch und Meeresfrüchte, Holz/Papier/Tissue, Palmöl, Soja sowie Süßwasser. Darüber hinaus wird an einem Klimaschutzkonzept sowohl für Produkte als auch für die Unternehmen EDEKA und Netto Marken-Discount (seit 2015) gearbeitet, das sich an dem politischen Ziel orientiert, die globale Erwärmung auf durchschnittlich 2° Celsius verglichen mit vorindustriellen Niveaus zu begrenzen. Mit Pilotprojekten soll die Umsetzbarkeit dieses Konzeptes getestet werden. In der zweiten Phase der Partnerschaft werden außerdem Verpackungen der Eigenmarken analysiert und ökologisch optimiert.

Eigenmarken-Produkte, die vom WWF anerkannte ökologische Standards wie MSC, FSC® oder Blauer Engel erfüllen und entsprechend der Kriterien unabhängiger Prüforganisationen zertifiziert sind, können zusätzlich das WWF-Panda-Logo tragen. Dies dient der besseren Orientierung, damit Kunden diese nachhaltigeren Alternativen im Sortiment schneller finden.

Mehr über die strategische Partnerschaft zwischen EDEKA und WWF ist auf folgenden Webseiten zu erfahren: www.edeka.de/wwf/partnerschaft oder www.wwf.de/edeka. Im Fortschrittsbericht wird bei den einzelnen Themen auf weiterführende themenbezogene Informationen im Internet verwiesen.

» Ermittlung des Projektfortschritts

Die strategische Partnerschaft zwischen EDEKA und WWF beabsichtigt vor allem, das Angebot an nachhaltigeren Produkten bei EDEKA zu erweitern und den nachhaltigen Konsum zu fördern. Für die erste Phase der Partnerschaft (2012 bis 2015), auf die sich dieser Bericht bezieht, haben die Partner Ziele für folgende Themenbereiche definiert:

- » Fisch und Meeresfrüchte,
- » Holz, Papier und Tissue,
- » Palmöl,
- » Soja,
- » Klima sowie
- » Süßwasser.

Des Weiteren wurde vereinbart, dass der WWF Beschaffungsrisikoanalysen zu Agrarrohstoffen aus unterschiedlichen Herkunftsländern erstellt. Teilziele differenzieren und operationalisieren jeweils das übergeordnete Ziel.

Die Ziele der Partnerschaft bezogen sich in der ersten Phase auf die Eigenmarken der EDEKA-Zentrale. In der neuen Phase der Partnerschaft ab 2015 wird die Arbeit konsequent auf das Sortiment von Netto-Marken-Discount ausgeweitet.

Neben der Umstellung von Eigenmarken-Produkten werden im Rahmen der strategischen Partnerschaft auch interne Verbrauchsmaterialien der EDEKA-Zentrale Hamburg auf nachhaltigere Quellen umgestellt. In Zukunft wird dies auf die Netto-Zentrale in Pönholz ausgeweitet. Im jährlichen Fortschrittsmonitoring wird bewertet, wie viele der pro Themenbereich relevanten Artikel bereits umgestellt sind. Diese Bewertung erfolgt auf Basis des aktuellsten Eigenmarkenkataloges.¹

Darüber hinaus werden EDEKA-interne Prozesse zur Integration der Nachhaltigkeitsanforderungen in das Tagesgeschäft bei Bedarf verbessert. Die Arbeit zu diesen Zielen ist in diesem Bericht dargestellt, die Ergebnisse sind jedoch nicht Gegenstand des quantitativen Monitorings.

Die Erfassung und Dokumentation der Zielerreichung erfolgt gemäß Vertrag einmal im Jahr am 30.06. Die Bewertung des Fortschritts erfolgt durch einen Vergleich der Ausgangssituation („Baseline“) mit dem Status zum Zeitpunkt des jeweiligen Monitorings. Der Bereich Erfolgsmessung und Evaluierung des WWF koordiniert das Monitoring und fasst es in diesem Fortschrittsbericht zusammen. Dieser wird hinsichtlich der quantitativen Angaben durch einen unabhängigen Dritten geprüft. Der hier vorliegende Bericht ist der dritte und finale Fortschrittsbericht der ersten Phase der Partnerschaft.

» Externe Prüfung des Projektfortschritts

Bereits mit Vertragsschluss haben sich die Partner auf eine Überprüfung des Monitorings durch eine unabhängige Prüfungsgesellschaft geeinigt. Dabei ist es Aufgabe des Prüfers zu beurteilen, ob Sachverhalte vorliegen, die zu der Annahme veranlassen, dass die zu prüfenden Angaben im Fortschrittsbericht nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit, Ausgewogenheit, Aktualität und Vollständigkeit² erstellt worden sind.

» Zweite Phase der Partnerschaft mit neuen Zielen

Mit der Verlängerung der Partnerschaft wurden auch Ziele überarbeitet und geschärft sowie neue Ziele vereinbart. Erfahrungen aus der ersten Phase in Bezug auf Zielformulierung sowie Systemgrenzen sind dabei mit aufgenommen worden. Dieser Fortschrittsbericht überprüft die Zielerreichung in Bezug auf die erste Phase der Partnerschaft. Die neuen Ziele sind nachfolgend jedoch bereits für jedes Themengebiet am Ende jedes Themenbereiches aufgeführt. Über die neuen Ziele wird mit dem nächsten Fortschrittsbericht berichtet.

¹ Im vorliegenden Bericht ist dies der Eigenmarkenkatalog 2015/2016.

² Analog der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (Seite 7 bis 17) der GRI

In der Fortführung der Partnerschaft soll zusätzlich das Thema Verpackung mit folgendem Ziel bearbeitet werden.

Neues Ziel Verpackung:

Auf der Grundlage eines gemeinschaftlich entwickelten, mit Stakeholdern abgestimmten und anhand einer Auswahl von Verpackungen erprobten Bewertungssystems werden für die neue Vertragslaufzeit Ziele und Zieldatum für die Verpackungsoptimierung definiert. Alle Verpackungen neuer Eigenmarkenprodukte werden ab diesem Zeitpunkt mit dem genannten System bewertet.

» Die Fortschritte der Partnerschaft im Einzelnen

Für das dritte Projektjahr waren Durchbrüche bei einigen schwierigen Themen erhofft worden, die sich nicht alle eingestellt haben. Es konnten aber, z. B. zum Thema Klima, wichtige Maßnahmen identifiziert und angestoßen werden.

In den Bereichen, die bereits vorher große Fortschritte bei der Umstellung von Produkten erzielt hatten, konnten die erreichten Ergebnisse im dritten Projektjahr gehalten und die Produktumstellung zum Teil weiter vorangetrieben werden. Ein Beispiel hierfür ist die vollständige Umstellung des Tissue-Sortiments auf nachhaltigere Quellen.

Einige Ziele der ersten Phase haben sich außerdem als zeitlich zu ambitioniert erwiesen, so dass mit konkreten Ergebnissen erst in der zweiten Phase zu rechnen ist. Daneben gibt es Ziele, die nur schwer erreicht werden können, da die Veränderungen außerhalb des direkten Einflussbereiches der EDEKA-Zentrale liegen und erfordern, dass andere Akteure von den Zielen der Partnerschaft überzeugt werden.

Im Folgenden sind die Teilziele je Themenbereich sowie die jeweilige Zielerreichung zusammengestellt und bewertet. Hierzu legen wir folgende Systematik zugrunde:

-  = Ziel erreicht
-  = Ziel weitgehend erreicht
-  = Zielerreichung unbefriedigend
-  = Ziel verfehlt

Daneben gibt der Bericht Auskunft, welche Ziele in der zweiten Phase der Partnerschaft weiter intensiv bearbeitet werden sollen. Dies geschieht mit folgender Symbolik:

-  = Arbeit abgeschlossen
-  = Erreichtes muss gehalten werden
-  = Am Ziel wird weiter intensiv gearbeitet

» Fisch und Meeresfrüchte

Ziel: Der EDEKA-Verbund arbeitet von 2012 bis 2015 kontinuierlich an der Verbesserung des Fisch- und Meeresfrüchtesortiments, um auf 100 % nachhaltige Quellen umzustellen. Nachhaltige Quellen bedeuten hier Fischereien und Zuchten, die nach einem vom WWF anerkannten Umweltstandard zertifiziert sind (z. B. Naturland, Bioland, MSC) oder in der WWF-Fisch- und Meeresfrüchtedatenbank als nachhaltige Quellen geführt werden (Score 1 und 2)³. Die Ende 2011 im Rahmen der Kooperation „Nachhaltige Fischerei“ von WWF und EDEKA erreichten Ziele sollen mindestens auf dem erreichten Niveau gehalten werden. Für kritische Produkte wie Thunfisch und Shrimps werden gemeinsam Maßnahmen entwickelt und umgesetzt, um an der Verbesserung und Zertifizierung der Fischereien und Zuchten zu arbeiten.

Fisch: Umstellung des EDEKA-Eigenmarken-Sortiments auf nachhaltigere Produkte				
Thema & Projektbereich	Zieldatum	Status 30.06.2015 & Fazit		
EDEKA-Eigenmarken	05/2015	↘	72 % der Produkte „Gute Wahl“	↻
davon Wildfisch (78 %)		↘	84 % der Produkte MSC oder nachhaltige Fischereien	!
davon Aquakultur (22 %)		↘	29 % der Produkte ASC oder Bio	↻
Pizza	05/2015	↘	Ein Produkt „Zweite Wahl“	↻
Tiernahrung	05/2015	↓	12 % „Gute Wahl“; 71 % „Zweite Wahl“, 18 % „Lieber nicht“	↻
EDEKA-Eigenmarke Cash & Carry (C&C)	05/2015	↑	100 % (2 Produkte) MSC	!
Auslistung bedrohter Arten	05/2015	↑	Eine Meldung von Fehlverhalten*	!

* bei 11.684 Märkten und ca. 4.000 selbständigen Einzelhändlern

Fisch: Umstellung des Netto Marken-Discount-Sortiments auf nachhaltigere Produkte				
Thema & Projektbereich	Zieldatum	Status 30.06.2015 & Fazit		
Netto Marken-Discount-Eigenmarken	05/2015	↘	64 % der Produkte „Gute Wahl“	↻
davon Wildfisch (81 %)		↘	79 % der Produkte MSC oder nachhaltige Fischereien	↻
davon Aquakultur (19 %)		↓	5 % der Produkte ASC oder Bio	↻
Pizza	05/2015	↘	Ein Produkt „Zweite Wahl“	↻
Tiernahrung	05/2015	↓	50 % „Zweite Wahl“; 50 % „Lieber nicht“	↻

Status: EDEKA strebt an, im Verbund ein zu 100 % nachhaltiges Fisch- und Meeresfrüchtesortiment zu erreichen. Das Ziel bezieht sich auf das gesamte Sortiment und geht damit weit über die Eigenmarken hinaus. Für kritische Produkte (Score 4 und 5) wird/werden gemeinsam

- nach Alternativprodukten aus nachhaltigeren Fischereien/Zuchten gesucht,
- Maßnahmen mit dem Ziel entwickelt und umgesetzt, die Verbesserung und Zertifizierung der Fischereien und Zuchten zu erreichen, bzw.
- bei kritisch bedrohten Arten, für die keine nachhaltigere Beschaffung möglich ist, eine temporäre, ggf. sogar dauerhafte Auslistung empfohlen.

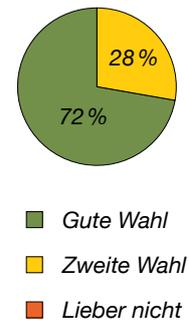
³ Die Scores (1 bis 5) basieren auf der Bewertung von Fischereien bzw. Zuchten anhand der folgenden Kriterien: Bestandszustand, ökologische Auswirkungen und Management des Bestandes. Score 1 und 2 (im WWF-Fischatgeber „grün“) stehen für eine weitgehend nachhaltige Fischerei/Zucht. Score 3 („gelb“) steht für eine Fischerei/Zucht, die vertretbar ist. Score 4 und 5 („rot“) stehen für eine destruktive Fischerei/Zucht.

Das Monitoring beschränkt sich auf Eigenmarken von EDEKA und Netto Marken-Discount. Das Projekt fühlt sich den Zielen der Umstellung des Sortiments jenseits der Eigenmarken jedoch weiterhin verpflichtet. In der Phase 2 der Partnerschaft sollen die Gespräche mit Lieferanten von Markenartikeln und Fabrikmarken fortgeführt werden, um diese mit den Zielsetzungen von EDEKA vertieft vertraut zu machen und für deren Unterstützung zu werben.

Bei den EDEKA-Eigenmarken hat die Gesamtzahl der Produkte im Berichtszeitraum zugenommen. Vor allem bei MSC-Produkten ist ein Anstieg zu registrieren.

Entwicklung des Sortiments „EDEKA-Eigenmarken national“⁴

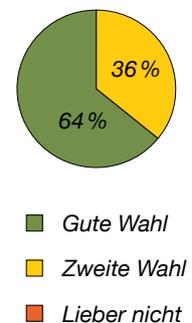
Produktlinie EDEKA Eigenmarke		Gesamt Artikel Anzahl	ASC	BIO	MSC	Score 1	Score 2	Score 3	Score 4	Score 5
Baseline 2012	Produkte	81	0	2	45	0	3	31	0	0
	Prozent	100 %	0%	2%	56%	0%	4%	38%	0%	0%
Erhebung 2013	Produkte	80	1	5	42	1	1	30	0	0
	Prozent	100 %	1%	6%	53%	1%	1%	38%	0%	0%
Erhebung 2014	Produkte	71	2	4	44	0	2	19	0	0
	Prozent	100 %	3%	6%	62%	0%	3%	27%	0%	0%
Erhebung 2015	Produkte	78	1	3	49	0	3	22	0	0
	Prozent	100 %	1%	4%	63%	0%	4%	28%	0%	0%



Bei der Arbeit zu Fisch und Meeresfrüchten war Netto Marken-Discount bereits in der ersten Phase Gegenstand der Partnerschaft. Im Vergleich zum letzten Jahr zeigt sich eine Zunahme an Produkten insgesamt, die vor allem zurückzuführen ist auf neun weitere Score-3-Produkte sowie fünf weitere MSC-Produkte. Im Vergleich zur Baseline ist jedoch ein absoluter sowie relativer Rückgang der MSC-Produkte festzustellen.

Entwicklung des Sortiments „Netto Marken-Discount-Eigenmarken“⁵

Produktlinie Netto Eigenmarke		Gesamt Artikel Anzahl	ASC	BIO	MSC	Score 1	Score 2	Score 3	Score 4	Score 5
Baseline 2012	Produkte	98	0	1	66	0	1	29	1	0
	Prozent	100 %	0%	1%	67%	0%	1%	30%	1%	0%
Erhebung 2013	Produkte	96	0	1	66	0	2	27	0	0
	Prozent	100 %	0%	1%	69%	0%	2%	28%	0%	0%
Erhebung 2014	Produkte	89	1	1	59	0	0	28	0	0
	Prozent	100 %	1%	1%	66%	0%	0%	31%	0%	0%
Erhebung 2015	Produkte	104	0	1	64	0	2	37	0	0
	Prozent	100 %	0%	1%	62%	0%	2%	36%	0%	0%



Das Monitoring differenziert zwischen Wildfisch und Zuchtfisch. Dabei zeigt sich, dass die Zielerreichung der strategischen Partnerschaft für Wildfisch höher ist als für Zuchtfisch. Erst seit 2012 gibt es für einige Arten im Zuchtfischbereich ein für den Endverbraucher erkennbares Zertifizierungssystem, mit dem die verantwortliche Aquakultur nachgewiesen werden kann. Noch sind nicht immer ausreichend Mengen und Qualitäten zertifizierter Waren auf dem Markt verfügbar, dieser Markt muss weiter ausgebaut werden.

⁴ Die Produktanzahl schwankt mit der Sortimentsentwicklung.

⁵ Zwischen 2013 und 2014 hat sich die Ermittlung der Produktanzahl geändert, daher ist das Produktportfolio der Netto Marken-Discount-Eigenmarken in 2014 kleiner als in den Vorjahren.

Zum Thema Tiernahrung konnte in diesem Jahr erstmals eine Auswertung erfolgen. In den Produkten dieses Sortiments finden sich noch einige Zutaten aus destruktiven Fischereien. Die Partnerschaft will die Arbeit zu diesem Sortiment in der nächsten Phase intensivieren. Die relevanten Pizza-Eigenmarkenprodukte von EDEKA und Netto enthalten jeweils Thunfisch der Einschätzung „Zweite Wahl“. Das komplette Sortiment „C&C“ ist auf „Nachhaltige Fischerei“ umgestellt.

Im Berichtszeitraum wurden keine Artikel mit Anteilen der bereits in 2009 von der EDEKA-Zentrale dauerhaft ausgelisteten bedrohten Arten (Aal, Hai, Wildstör, Rochen) bzw. der sieben temporär ausgelisteten Fischarten im Eigenmarkensortiment von EDEKA bzw. Netto Marken-Discount registriert. Im Einzelhandel gab es im Rahmen von Kundenbeschwerden eine Meldung hinsichtlich eines Verstoßes gegen diese Vorgabe (ebenso wie im letzten Jahr).

In Abstimmung mit EDEKA ist es geplant, dass der WWF bei ausgewählten Lieferketten Risikoanalysen durchführt. Ziel ist es, Fischprodukte mit erhöhtem IUU-Risiko⁶ in der Lieferkette zu ermitteln, um auf dieser Basis Risikominderungsmaßnahmen durchzuführen zu können. Ferner soll die Rückverfolgbarkeit innerhalb der ausgewählten Lieferketten verbessert werden. In diesem Jahr wurden anhand einer Stichprobe sieben Wildfischartikel geprüft. Ziel der Prüfung war es, festzustellen, ob die Dokumentation der Artikel den legalen Anforderungen der EU IUU-Gesetzgebung entsprach. Die Prüfung hat ergeben, dass die Dokumentation aller Wildfischartikel den gesetzlichen Anforderungen entsprach.

Zielformulierung 2. Phase für Themenbereich Fisch:

Bis 31.05.2017 erfolgt die 100-%-Umstellung des Fisch- und Meeresfrüchtesortiments in den Eigenmarken von EDEKA und Netto Marken-Discount (unmittelbarer Einflussbereich) auf nachhaltige Ware. Für Verbesserungen im Bereich der Zuchten erarbeiten WWF und EDEKA in gegenseitigem Einvernehmen ein Projekt. Das Ziel eines zu 100 % nachhaltigen Sortiments auch bei Markenartikeln und Fabrikmarken (auf die EDEKA nur mittelbaren Einfluss hat) wird durch Überzeugungsarbeit bei den Lieferanten verfolgt. Die Auslistung von Aal, Rochen, Wildstör und Hai in allen EDEKA-Märkten wird weiterhin aktiv begleitet. Daneben wird die Transparenz in der Lieferkette durch ein Projekt zur Umsetzung der IUU-Gesetzgebung verbessert. Im Thekenbereich wird sowohl das Sortiment auf nachhaltigere Quellen umgestellt als auch die Verbraucherinformation (Thekenzertifizierung, Sortimentsumstellung, Auslobung) verbessert.

... mehr zum Thema Fisch & Meeresfrüchte unter: <http://www.edeka.de/wwf/fisch>
<http://www.wwf.de/edeka-fisch>



⁶ IUU (*illegal, uncontrolled and unreported fisheries*): *Illegale, ungemeldete und unregulierte Fischerei*

» Holz/Papier/Tissue

Ziel: 100 % Umstellung (inkl. Verpackungen) aller EDEKA-Eigenmarken – Holz-, Papier- und Tissueprodukte – bis Ende 2015 auf vorzugsweise Recycling oder FSC®. Grundsätzlich gilt für alle Bereiche, dass Einsparung vor Recycling vor FSC®-Frischfaser präferiert wird.

Holz/Papier/Tissue: Umstellung auf Recycling/FSC®				
Thema & Projektbereich	Zieldatum	Status 30.06.2015 & Fazit		
Getränkekartons	12/2012	↑	100 % der Produkte umgestellt	!
Tissue-Artikel	12/2013	↑	Ziel deutlich übertroffen	!
Officeprodukte	12/2015	↑	100 % der Produkte umgestellt	!
Pappteller und -becher	12/2013	↑	100 % der Produkte umgestellt	!
Grillkohle	12/2013	↑	Ziel von 80 % Umstellung erreicht	!
Holzprodukte	12/2015	↑	100 % der Produkte umgestellt	!
Produktverpackungen	12/2015	↗	Baseline in Bearbeitung, Umstellung angelaufen	!
Transport- und Versandverpackungen	06/2013	↗	Ziele wurden verspätet formuliert	!

Übersicht über den Projektfortschritt zu den Teilzielen Umstellung des Eigenmarken-Sortiments Holz/Papier/Tissue (Status 30.06. 2015)

Ziele Eigenmarken:							
Produktportfolio	Anzahl der Produkte	davon umgestellt			davon Recycling		
		Anzahl	%		Anzahl	%	
Getränkekartons	57	57	100 %				
Pappteller	4	4	100 %				
Grillkohle	6	5	83 %				
Tissue	45	45	100 %		1	2,2 %	
Holzprodukte	32	32	100 %				
Officeprodukte	47	47	100 %		16	34 %	

Status: Die bereits weitgehend im ersten Projektjahr erfolgte Umstellung des EDEKA-Eigenmarkensortiments mit Holz-, Papier- oder Tissuebestandteilen auf Recycling bzw. FSC® wurde trotz der fortlaufenden Sortimentsanpassungen gehalten. Inzwischen konnte Tissue komplett umgestellt werden. Damit wurde das ursprüngliche Ziel einer Umstellung von 80 % übertroffen.

Zum Thema Produktverpackung wurde eine Liste aller relevanten Produkte erarbeitet. Trotz der deutlich größeren Herausforderung als erwartet wird bis zum Ende des Jahres angestrebt, 100 % aller Verkaufsverpackungen umzustellen. Die Definition eines Ziels für Transport- und Versandverpackungen ist aufgrund des hohen Analyseaufwands der Lieferketten verspätet erfolgt, inzwischen aber für eine Umsetzung in der zweiten Laufzeit ambitioniert angesetzt. Demzufolge strebt EDEKA bis 2017 an, dass 100 % der Transportverpackungen verifizierbar aus 100 % Recyclingmaterial besteht.



Nach Erreichen vieler Projektziele besteht weiter das gemeinsame Interesse, wo immer möglich, den Anteil von Recycling zu erhöhen. Hieran wird auch in der nächsten Phase der Partnerschaft kontinuierlich gearbeitet.

Zielformulierung 2. Phase für Themenbereich Holz/Papier/Tissue:

Die in der ersten Vertragslaufzeit definierten Ziele von 100 % Umstellung aller relevanten Eigenmarkenartikel (inkl. primäre Endverbraucherpackungen) sowie der Materialien des internen Verbrauchs auf Recyclingmaterial oder FSC®-Frischfasermaterial haben weiterhin Bestand, das bestehende Umsetzungsniveau wird mindestens gehalten. Grundsätzlich gilt für alle Bereiche, dass Einsparung vor zertifiziertem Recyclingmaterial (Blauer Engel/FSC® Recycled) vor FSC®-zertifizierter Frischfaser präferiert wird. Bis 2017 streben EDEKA und Netto Marken-Discount an, alle Artikel im Grillkohle-Preiseinstiegssegment auf FSC® umgestellt und zertifiziert zu haben sowie alle Tissue-Artikel auf Recycling oder FSC®-Frischfaser.

Primäre Endverbraucherpackungen sind bis Ende 2015 nach produktbezogener Einzelfallbetrachtung vorzugsweise auf Recycling- (FSC® Recycled) bzw. zertifiziertes Frischfasermaterial (FSC®) umgestellt. Bis 2017 streben EDEKA und Netto Marken-Discount an, dass 100 % der Transportverpackungen verifizierbar aus 100 % Recyclingmaterial bestehen.

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

» Interner Verbrauch

Ziel: Bis Ende 2012 sind alle Materialien des internen Verbrauchs der EDEKA-Zentrale (Papier, Tissue, Werbematerialien – ausgenommen Handzettel) zu 100 % auf Recyclingpapier bzw. auf FSC® zertifiziert und umgestellt.

Interner Verbrauch: Umstellung auf Recycling/FSC®				
Thema & Projektbereich	Zieldatum	Status 30.06.2015 & Fazit		
Papierprodukte des internen Verbrauchs	12/2012	↑	Ziel wurde 2014 zu 99% erreicht	!

Status: Das Projektziel der Umstellung des internen Papierverbrauchs (z. B. alle Druck- und Hygienematerialien der EDEKA-Zentrale) auf nachhaltigere Quellen wurde bereits im letzten Jahr zu großen Teilen erreicht und konnte gehalten werden. Die Produkte, die nicht umgestellt sind, haben aufgrund sehr geringer Mengen keine Relevanz. Die großen Posten wie Druck- und Hygienepapier wurden inzwischen zu 100 % auf Blauer Engel Recyclingpapier umgestellt.⁷

Projektfortschritt zu den Teilzielen

Umstellung des internen Verbrauchs (EDEKA-Zentrale) an Holz/Papier/Tissue (Status 30.06.14)

Zahlen Interner Verbrauch										
Produktportfolio	Tonnen	davon umgestellt			davon Recycling			ohne Zertifizierung		
		Tonnen	%		Tonnen	%		Tonnen	%	
Materialien des Internen Verbrauchs	96,8	96,8	100 %		19,8	20,4 %		0,4	0,4 %	

Zahlen Interner Verbrauch				
Produktportfolio	Anzahl	davon umgestellt		
		Anzahl	%	
Kostenartikel	18	17	94,4 %	

Zusätzlich, d. h. über die vertragliche Vereinbarung hinaus, wurden Verbrauchsartikel wie Papiertrageaschen, Bäckerbeutel etc. mit Ausnahme eines Artikels auf nachhaltigere Quellen umgestellt. Diese sogenannten Kostenartikel zählen nur im geringen Umfang zum internen Verbrauch der EDEKA-Zentrale werden insbesondere aber in dieser nachhaltigen Form auch den Regionen zur Verfügung gestellt. Nach Schätzungen von EDEKA nutzen 80 % aller Märkte diese nachhaltigen Kostenartikel.

⁷ Es wird immer einen geringen Anteil (<1 %) an Artikeln geben, welcher in der EDEKA-Zentrale dezentral und direkt bestellt wird und damit, auch wenn zertifiziert, nicht geprüft werden kann.

» Palmöl

Ziel: Bis Ende 2013 Umstellung auf RSPO-zertifiziertes Palmöl „Segregated“ in allen EDEKA–Eigenmarkenprodukten, die ausschließlich raffiniertes Palmöl ohne Fraktionen/Derivate enthalten. Bis Ende 2013 Umstellung auf mindestens RSPO-zertifiziertes Palmöl „Book & Claim“ in allen restlichen EDEKA-Eigenmarken-Produkten, die Palmkernöl oder Fraktionen von Palm(kern)öl oder Derivate davon enthalten.

Palmöl: Umstellung auf zertifizierte Quellen				
Thema & Projektbereich	Zieldatum	Status 30.06.2015 & Fazit		
Produkte mit ausschließlich raffiniertem Palmöl	12/2013	↗	Umstellung zu 91 % erfolgt (siehe unten)	!
Produkte mit Palmkernöl und/oder mit Fraktionen/Derivaten von Palm(kern)öl	12/2013	↗	Umstellung zu etwa 99 % erfolgt (siehe unten)	!

Status: Der WWF führte die Prüfung der Umstellung auf Basis des Eigenmarkenkataloges 2014/2015 im Juli 2015 durch. Dabei wurde stichprobenartig überprüft, ob „Book & Claim“-Zertifikate bei den Lieferanten in ausreichender Menge vorhanden sind. Mengen und produktbegleitende Dokumente (wie Lieferscheine) waren nicht Gegenstand der Prüfung. In der Tabelle unten ist die Umstellung des Sortiments gemäß den vereinbarten Zielen dargestellt. Darüber hinaus wurde im Vergleich zum Vorjahressortiment der Palmölanteil bei rund 11 % der Produkte durch andere Öle substituiert. Die Ziele unterscheiden sich für 2014 weiterhin hinsichtlich der Nutzung von Palmöl bzw. Palmkernöl sowie Derivaten und Fraktionen, da hier die Lieferketten sowie die Verfügbarkeit der Lieferkettenmodelle (noch) unterschiedlich sind:

- Produkte mit reinem Palmöl: Für diese Produkte ist eine Umstellung des Palmölanteils auf RSPO-zertifiziertes Palmöl vereinbart (RSPO-Lieferkettenmodell „Segregated“: Das RSPO-zertifizierte Palmöl wird entlang der gesamten Lieferkette getrennt verarbeitet, im Produkt befindet sich ausschließlich RSPO-zertifiziertes Palmöl).
- Produkte mit Palmkernöl oder Palmkernfett sowie Produkte mit Fraktionen bzw. Derivaten von Palmöl bzw. Palmkernöl: Viele Produkte enthalten diese Zusätze zum Teil in geringen Anteilen. Hier wurde eine Umstellung nach dem RSPO-Lieferkettenmodell „Book & Claim“ vereinbart (Zertifikatehandel durch die Handelsorganisation GreenPalm: Palmölproduzenten wandeln hierbei zertifiziertes Material in Zertifikate um, welche dann wiederum international gehandelt werden können; in den Produkten befindet sich de facto kein zertifiziertes Material). Alternativ kann nach dem RSPO-Lieferkettenmodell „Mass balance“ umgestellt werden (entlang der Handelskette wird genau so viel RSPO-zertifiziertes Palm(kern)öl verkauft, wie eingekauft wurde; die Handelsströme von zertifiziertem und nicht zertifiziertem Material werden nicht getrennt, daher muss sich das RSPO-zertifizierte Material nicht im Endprodukt wiederfinden).
- Produkte mit Gemischen aus a) und b): Hierbei soll der Anteil reinen Palmöls nach dem RSPO-Lieferkettenmodell „Segregated“ (siehe oben), der Anteil des Palmkernöls sowie der Fraktionen bzw. Derivate von Palm(kern)öl kann nach RSPO-Lieferkettenmodell „Mass balance“ bzw. „Book & Claim“ umgestellt werden.



Anteil der Produkte	Beschreibung	Umstellung
68 %	Produkte mit Fraktionen/Derivaten von Palm(kern)öl	99 % umgestellt, davon: 74 % der Produkte auf „Book & Claim“ 20 % auf RSPO „Mass balance“ 5 % auf RSPO „Segregated“
18 %	Produkte mit ausschließlich raffiniertem Palmöl	91 % auf RSPO „Segregated“
14 %	Produkte mit Gemischen aus reinem Palmöl und/oder Fraktionen/Derivaten von Palm(kern)öl	Derivate/Fraktionen komplett umgestellt: 92 % auf „Mass balance“, 5 % auf „Book & Claim“, 3 % auf „Segregated“ Reines Palmöl zu 95 % auf RSPO „Segregated“ umgestellt.
> 1 %	Produkte mit ausschließlich Palmkernöl oder -fett	Komplett umgestellt (auf RSPO „Segregated“) ⁸

Insgesamt hat EDEKA bei 98 % des aktuellen Eigenmarkensortiments mit Palmölbestandteilen auf nachhaltigere Quellen umgestellt.

Zielformulierung 2. Phase für Themenbereich Palmöl:

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

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

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

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

⁸ Die Daten beziehen sich auf den Eigenmarkenkatalog 2014/2015.

» Soja

Grundverständnis: EDEKA strebt für die EDEKA-Eigenmarkenprodukte an, dafür zu sorgen, dass bei den Futtermitteln für Schweine, Rinder und Geflügel eine Umstellung auf heimische Futtermittel bzw. zertifiziert verantwortungsvolleres, gentechnikfreies Soja (RTRS+GVO-frei) oder Soja nach „ProTerra“ Richtlinien (Baseler Kriterien erzeugt) erfolgt.

Soja: Umstellung des Sortiments auf nachhaltigere Produkte			
Thema & Projektbereich	Zieldatum	Status 30.06.2015 & Fazit	
Systematische Ansprache von Lieferanten	05/2015	↗	Vollständige und fristgerechte Ansprache relevanter Lieferanten in den Bereichen Molkereiprodukte und Fleisch/Wurst (bis 30.05.); verspätete Ansprache von Lieferanten im Bereich TK-Geflügel. ↻
Startprojekte Heumilch, Eier (Gut&Günstig), Masthähnchen TK (Gut&Günstig)	05/2015	↘	<ul style="list-style-type: none"> • Heumilch: Start war im Herbst 2014. • Eier: alle Eier stammen von Legehennen, die mit GVO-freiem, jedoch nicht zertifiziert nachhaltigerem Soja gefüttert wurden. • Masthähnchen: Die Hälfte der Lieferanten liefert Ware, die zertifiziert nachhaltiger, GVO-frei gefüttert wurde. ↻
Entwicklung und Test einer alternativen Fütterung	05/2015	↑	<ul style="list-style-type: none"> • Versuche Schwein, Legehennen und Masthühner sind abgeschlossen. • Erste Vorstellung der Ergebnisse der Schweinefütterungsversuche auf einer Informationsveranstaltung am 10.06.2015. • Versuchsberichte sind in Arbeit ↻
Erarbeitung von Studien	10/2014	↑	<ul style="list-style-type: none"> • Geflügelstudie liegt vor • Schweinestudie liegt vor ✓
Kommunikationsarbeit	laufend	↑	<ul style="list-style-type: none"> • Vorträge, Austausch Verbandsebene ↻

Status: Zur Umstellung der Futtermittel für Schweine, Rinder und Geflügel wurde folgende Vorgehensweise vereinbart: Relevante Lieferanten in den Teilsegmenten Fleisch/Wurst, Molkereiprodukte und TK Geflügel werden bis Mai 2015 systematisch angesprochen, um in der Folge individuelle Vorgehensweisen zu entwickeln, die konkrete Teilziele und Zeitachsen in Bezug auf Umstellungs- und/oder Reduktionsmöglichkeiten beinhalten. In allen Teilsegmenten sind Ansprache und Terminvereinbarungen mit Lieferanten erfolgt, allerdings teilweise nach Ablauf der vereinbarten Frist, wie nachfolgend erläutert wird.

Im Teilsegment Molkereiprodukte ist die schriftliche Ansprache von Lieferanten im vereinbarten Zeitraum (bis Ende Mai 2015) erfolgt und es fanden bereits Erstgespräche mit diesen statt. Im Bereich Fleisch/Wurst ist die Ansprache ebenfalls fristgerecht umgesetzt worden, die Rückmeldung der Lieferanten als Basis für die Vereinbarung von Erstgesprächen erfolgte allerdings verspätet. Im Teilsegment TK-Geflügel wurden die relevanten Lieferanten nicht fristgerecht angeschrieben. In der Zwischenzeit (Stand 30.09.2015) sind Anschreiben und Terminvereinbarung jedoch erfolgt.

Beim Teilziel Startprojekte zeigt sich folgender Status: Im Herbst 2014 sind wie geplant zwei Heumilch-Produkte auf den Markt gekommen. Die landwirtschaftlichen Betriebe, von denen diese Produkte stammen, verzichten auf Sojafuttermittel.

Alle EDEKA Gut&Günstig Eier stammen von Legehennen, die mit GVO-freiem, jedoch nicht zertifiziert nachhaltigerem Soja gefüttert wurden. Einige Legehennen-Betriebe füttern bereits zertifiziert nachhaltigeres Soja. Aufgrund der Marktentwicklungen war aber eine vertraglich festgelegte Verpflichtung der EDEKA-Lieferanten auf eine zertifiziert nachhaltigere Legehennen-Fütterung nicht möglich.

Die Hälfte der Lieferanten liefert Masthühner, die mit GVO-freiem, zertifiziert nachhaltigerem Soja gefüttert wurden, die andere Hälfte liefert nicht GVO-frei.

Allerdings waren die Rahmenbedingungen für GVO-freie, nachhaltigere Fütterung im Berichtszeitraum schwierig. Im Frühjahr 2014 haben die Verbände der Geflügel- und Eierwirtschaft verkündet, dass ihre Mitglieder aus der GVO-freien Fütterung aussteigen. Die Eierlieferanten sind jedoch de facto alle bei einer GVO-freien Fütterung geblieben, auch Betriebe mit nachhaltigerer Fütterung sind am Markt. Bei Masthähnchen ist einer der großen Lieferanten, die aufgrund der Ankündigung des Verbandes aus der GVO-freien Produktion ausgestiegen waren, seit Januar 2015 wieder mit GVO-freier Fütterung am Markt vertreten.

Die Erprobung von Alternativfuttermitteln in Praxisbetrieben ist für Masthähnchen, Legehennen und Schweine erfolgt.

Die stetige Kommunikationsarbeit (Vorträge, Lieferantengespräche, Austausch auf Fach- und Verbandsebene) zum Thema Soja dient weiterhin dazu, Entscheidungsträger zu sensibilisieren.

Zielformulierung 2. Phase für Themenbereich Soja:

EDEKA und Netto Marken-Discount setzen sich beim Einsatz von Futtermitteln in der Schweine-, Rinder- und Geflügelernährung für eine Umstellung auf heimische/europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, gentechnikfreies, zertifiziertes Soja (RTRS+GVO-frei, Soja nach „ProTerra“ Richtlinien, Donausoja) ein. Dies erfolgt durch eine systematische Ansprache von Lieferanten der Teilsegmente Fleisch/Wurst, Weiße Linie sowie TK-Geflügel. Darüber hinaus werden EDEKA-Startprojekte zur Erprobung der Umstellung auf heimische/europäische Futtermittel bzw. nachhaltigeres, zertifiziertes, gentechnikfreies Soja vorangetrieben. Fütterungsstudien werden fortgeführt und auf Betriebsebene erprobt (Pilotbetriebe). Auch die Informations- und Sensibilisierungsarbeit wird fortgesetzt.

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



Modellprojekt „Landwirtschaft für Artenvielfalt“

Seit 2012 arbeiten WWF und EDEKA gemeinsam mit dem Ökologischen Anbauverband Biopark an der Entwicklung eines neuen Standards „Landwirtschaft für Artenvielfalt“. Ziel ist es, Maßnahmen zu definieren, durch die Landwirte einen aktiven Beitrag zum Naturschutz leisten können. Gemeinsam mit über 40 Experten aus den Bereichen Naturschutz und Landwirtschaft wurden Naturschutzmaßnahmen entwickelt. Im Mai 2015 wurde der neue Naturschutzstandard in Form eines Handbuches der Öffentlichkeit vorgestellt und ist sehr gut angekommen. Seitdem wurden 40 Betriebe mit einer Fläche von über 25.000 ha gemäß diesem Standard zertifiziert.

Die Vermarktung der Produkte ist im April 2015 bei EDEKA Nord gestartet worden. Über 90 Produkte (Fleisch von Schwein, Rind und Schaf, Kartoffeln) sind dort im Angebot und tragen das Logo des Projektes. Die Nachfrage nach mehr Rohware, vor allem Schwein, seitens der Märkte ist groß. Derzeit sind die vier Naturschutzberater dabei, 14 weitere Betriebe zu zertifizieren und die bestehenden Betriebe in der Konsolidierung ihrer Maßnahmen zu unterstützen.



» Klima

Ziel: Es wird eine Analyse des Treibhausgas-Fußabdrucks von ausgewählten Referenzprodukten der Eigenmarke angestrebt. Darauf aufbauend soll die Definition von konkreten Reduktionszielen erfolgen.

Der Unternehmens-Treibhausgas (THG)-Fußabdruck von EDEKA ist zu erfassen und wird ebenfalls in die Reduktionszieldiskussion einbezogen.

Klima: Erstellung von Grundlagen und Definition von Reduktionszielen			
Thema & Projektbereich	Zieldatum	Status 30.06.2015 & Fazit	
Erstellung eines Unternehmens-THG-Fußabdrucks	05/2015	↑	Klimabilanz EDEKA liegt vor, diese wird alle zwei Jahre neu erfasst. !
Erstellung des THG-Fußabdrucks von Produkten	05/2015	↑	Fußabdruck von fünf Referenzprodukten liegt vor ✓
Definition von konkreten Reduktionszielen auf Unternehmensebene	05/2015	↗	Ein Klimaschutzprogramm für Netto liegt im Entwurf vor, eines für die EDEKA Zentrale ist in Verzug. Es wurde entschieden, für den SEH einen Aktionsplan zu entwickeln. ↻
Definition von konkreten Reduktionszielen auf Produktebene EDEKA Eigenmarken	05/2015	↗	Ein Klimaschutzprogramm mit konkreten Maßnahmen für das Eigenmarkensortiment von EDEKA liegt im Entwurf vor. ↻

Status: Zu der bereits in den ersten beiden Projektjahren erstellten Klimabilanz und den fünf Treibhausgas-Fußabdruck-Studien (PCF – Product Carbon Footprint) von ausgewählten Artikeln des EDEKA-Eigenmarkensortiments kam im vergangenen Projektjahr eine Priorisierung der Sortimentsbereiche im Eigenmarkenkatalog und der Haupthandlungsfelder im Hinblick auf ihre Klimarelevanz hinzu. Diese dient als Grundlage für die Entwicklung von Reduktionsmaßnahmen.

In Vorbereitung auf die 2. Projektphase (siehe Infobox weiter unten) wurden konkrete Maßnahmenpläne für das EDEKA Eigenmarkensortiment entwickelt. Für Netto Marken-Discount wurde im Anschluss an eine Pilotphase und unter anderem auf Basis von Energieaudits ein Klimaschutzprogramm erarbeitet. Beides soll nun zeitnah zwischen den Partnern abgestimmt und danach umgesetzt werden. Für die EDEKA-Zentrale wird ebenfalls ein Klimaschutzprogramm basierend auf einer Pilotphase in Produktion, Logistik und Verwaltung erstellt, abgestimmt und nachfolgend umgesetzt. Für die selbständigen Kaufleute in den Regionen wird ein Angebot entwickelt, um Klimaschutzaktivitäten beratend zu unterstützen und zu befördern.



Zielformulierung 2. Phase für Themenbereich Klimaschutz:

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

In Bezug auf das Unternehmen strebt EDEKA an, ihren Treibhausgasausstoß kontinuierlich zu reduzieren. Dazu erfolgt bis zum 31.05.2015 eine Pilotphase mit jeweils fünf repräsentativen Markttypen (Pilotmärkte) aus einer EDEKA-Regionalgesellschaft und von Netto Marken-Discount sowie drei Standorten aus Produktion, Logistik und Verwaltung im direkten Einflussbereich der EDEKA-Zentrale. Unter Verwendung der Ergebnisse der Pilotphase wird bis zum 30.06.2015 für die EDEKA-Zentrale und für Netto Marken-Discount jeweils ein Klimaschutzprogramm mit Meilensteinen, Maßnahmen und Zeithorizonten innerhalb der Vertragslaufzeit erarbeitet sowie ein Aktionsplan zur Unterstützung der EDEKA-Regionalgesellschaften bei ihren Klimaschutzaktivitäten entwickelt. Der Aktionsplan umfasst konkrete Maßnahmenvorschläge, Unterstützungsangebote sowie Kommunikationsmittel.

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

» Süßwasser

Ziel: Ermittlung und Reduktion von Wasserrisiken bei gemeinsam ausgewählten Produkten oder Produktgruppen (EDEKA-Eigenmarke). Die Definition der Reduktionsziele erfolgt gemeinsam.

Süßwasser: Ermittlung und Reduktion von Wasserrisiken				
Thema & Projektbereich	Zieldatum	Status 30.06.2015 & Fazit		
Ermittlung von Wasserrisiken	05/2015	↑	Erfolgreich umgesetzt	✓
Reduktion von Wasserrisiken	05/2015	↓	Pilotprojekte laufen schleppend	↻

Status: Innerhalb des ersten Projektjahres wurden 2.300 Produkt-Lieferanten-Herkunftsbeziehungen relevanter EDEKA-Eigenmarken und damit der Großteil aller weltweit für EDEKA hergestellten Produkte auf ihr regionales „Wasserrisiko“ analysiert. Bei ausgewählten Produkten werden Ansatzpunkte für die Reduktion von Wasserrisiken erarbeitet und umgesetzt.

Da die Probleme oft nicht allein durch Maßnahmen auf der Anbaufläche zu lösen sind, wird hier darüber hinaus gedacht. Zum Beispiel wird in Ägypten versucht, ein lokales Grundwasservorkommen gemeinschaftlich zu nutzen. Dafür wurde mit Kartoffelproduzenten eine Grundwassernutzergruppe gegründet, die alle Landwirte des Gebietes einschließt, um gemeinsame Lösungen für geteilte Probleme (Übernutzung und Verschmutzung des Grundwasserspeichers) zu finden. Weiter wurde in Kolumbien mit einem Bananenproduzenten ein Dialog mit allen wichtigen Nutzern der Flussgebiete Rio Frio und Rio Sevilla gestartet, wodurch eine lokale Wasserplattform entstand. Ziel ist es hier, dass die Akteure ein gemeinsames Verständnis des Flusses entwickeln, sich gegenseitig über ihre Arbeit informieren und gemeinsam Projekte für ein nachhaltiges Wassermanagement in der Region umsetzen.

Modellprojekt im konventionellen Banananbau

Gemeinsam wollen WWF und EDEKA den konventionellen Banananbau umwelt- und sozialverträglicher gestalten. Der Fokus liegt auf Vertragsfarmen in Kolumbien und Ecuador, welche die Bananen für die EDEKA Eigenmarke liefern. Alle teilnehmenden Farmen müssen Verbesserungsmaßnahmen in folgenden Bereichen umsetzen:

- » Ökosysteme/Biodiversität
- » Wassermanagement
- » Integrierter Pflanzenschutz
- » Bodenmanagements
- » Klimaschutz
- » Abfallmanagement
- » Soziales



Die Umsetzung der Maßnahmen läuft seit Anfang 2014 und wird bis etwa Mitte 2016 dauern. Nur Farmen, die bereits ‚Rainforest Alliance‘ zertifiziert sind, sind teilnahmeberechtigt. Sie erfüllen somit bereits die Anforderungen des SAN-Standards für nachhaltige Landwirtschaft, der ökologische und soziale Kriterien beinhaltet. Weiterhin dürfen keine Pflanzenschutzmittel zum Einsatz kommen, die gemäß der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zu den Gefährdungsklassen 1a+b zählen (extrem gefährlich und hochgefährlich). Für Pflanzenschutzmittel der WHO-Gefährdungsklasse 2 (minder gefährlich) erarbeiten die Farmen Reduktionspläne und setzen diese innerhalb einer definierten Frist um. Im Rahmen des gesamten Projekts wird die Umsetzung der über 300 Maßnahmen regelmäßig geprüft und die Farmen werden dabei intensiv beraten. Darüber hinaus begutachten unabhängige Auditoren einmal jährlich die Umsetzung der WWF-Kriterien.

Zu erkennen sind die Modellprojekt-Bananen im Laden an einem Aufkleber mit dem WWF-Panda mit dem Zusatz: „Ich bin ein Modellprojekt und werde nachhaltiger“. Über den Zahlencode auf dem Aufkleber kann man jede Banane bis zu ihrem Anbauort zurückverfolgen und weiterführende Informationen über die Plantage und das Projekt erhalten.

Beispiel für eine Maßnahme im Bananenprojekt: Water Stewardship in Kolumbien

Die nördlichen Flussgebiete Rio Frio und Sevilla in Kolumbien sind geprägt durch saisonale hohe Niederschläge, die zu Überschwemmungen der Dörfer und Felder führen, und durch extreme Trockenperioden, die sich als Dürren auswirken. Vor diesem Hintergrund ist ein gutes Wassermanagement auf der Farmebene, aber auch auf regionaler und behördlicher Ebene unabdingbar. Deshalb haben die Projektpartner einen sogenannten Water Stewardship Prozess initiiert. Ziel ist es, gemeinsam mit den wichtigsten lokalen Akteuren ein nachhaltiges Flussgebietsmanagement zu etablieren. In einem ersten Schritt haben Schlüsselakteure vor Ort die Schaffung einer Wasserplattform beschlossen, um den Wasserbedarf im Flussgebiet zu koordinieren und Projekte für dessen nachhaltige Bewirtschaftung zu initiieren. Der WWF Kolumbien fungiert hierbei als Moderator.

Zielformulierung 2. Phase für Themenbereich Süßwasser:

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

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

...mehr zum Thema Wasser: <http://www.edeka.de/wwf/wasser>

<http://www.wwf.de/edeka-wasser>

» Risikoanalysen

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

Risikoanalysen				
Thema & Teilziel	Zieldatum	Status 30.06.2015 & Fazit		
Erstellung von Risikoanalysen	jährlich	↑	Alle von EDEKA angefragten Risikoanalysen wurden erstellt	✓

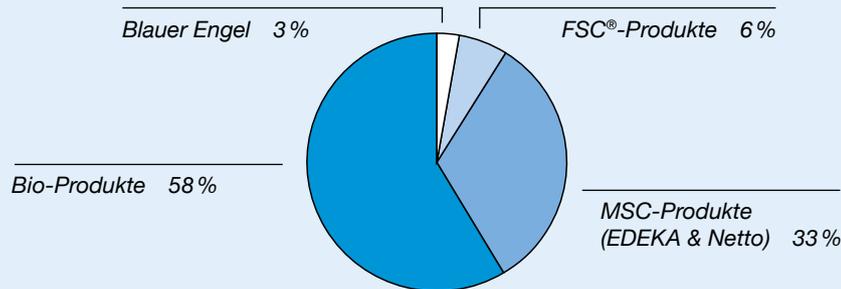
Status: Mithilfe der Beschaffungsrisikoanalysen lassen sich die sozialen, ökologischen und ökonomischen Risiken für die Erzeugung eines Agrarrohstoffes auf Länderebene ermitteln. Alle von EDEKA angefragten Beschaffungsrisikoanalysen wurden erstellt und zur Verfügung gestellt. EDEKA wird auf dieser Basis soziale und ökologische Risiken, die in der Produktion von Agrarrohstoffen bestehen, sukzessive und konsequent vermindern.

Co-Branding

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

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

Co-Branding auf EDEKA-Eigenmarken⁹ (Stand Juni 2015)



Status: Bis zum Stichtag 30.06.2015 wurden insgesamt 390 Produkte mit dem WWF-Logo ausgestattet. Davon sind 226 Bio-, 129 MSC-, 24 FSC® – und 11 Blauer Engel zertifiziert.

⁹ Das Co-Branding der Fischartikel begann mit Start der Fisch-Kooperation 2009.

» Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung

An die WWF Deutschland Stiftung bürgerlichen Rechts, Berlin

Wir haben auftragsgemäß eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit hinsichtlich der quantitativen Angaben zum Thema Fisch und Meeresfrüchte in den Tabellen und Grafiken auf Seite 5, zum Thema Holz/Papier/Tissue in der Grafik auf den Seiten 7 und 9 sowie zu den Themen Palmöl auf Seite 11 und Co-Branding auf Seite 18 des von der WWF Deutschland Stiftung bürgerlichen Rechts, Berlin, (im Folgenden die „Stiftung“) erstellten Fortschrittsberichts über die Kooperation zwischen der Stiftung und der EDEKA Zentrale AG & Co. KG, Hamburg, für das Projektjahr 2014/2015 (im Folgenden der „Fortschrittsbericht“) durchgeführt.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Der Vorstand der Stiftung ist verantwortlich für die Erstellung des Fortschrittsberichts in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (Seite 7 bis 17) der Global Reporting Initiative (GRI) beschriebenen Kriterien Vollständigkeit, Ausgewogenheit, Genauigkeit, Aktualität, Vergleichbarkeit und Zuverlässigkeit.

Diese Verantwortung umfasst zum einen die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Erstellung des Fortschrittsberichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen plausibel sind. Zum anderen umfasst die Verantwortung auch ein internes Kontrollsystem, soweit es von den gesetzlichen Vertretern für die ordnungsgemäße Erstellung des Fortschrittsberichts als erforderlich erachtet wird.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Tätigkeit eine Beurteilung darüber abzugeben, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die quantitativen Angaben zum Thema Fisch und Meeresfrüchte in den Tabellen und Grafiken auf Seite 5, zum Thema Holz/Papier/Tissue in der Grafik auf den Seiten 7 und 9 sowie zu den Themen Palmöl auf Seite 11 und Co-Branding auf Seite 18 des von der Stiftung erstellten Fortschrittsberichts für das Projektjahr 2014/2015 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien Wesentlichkeit, Vollständigkeit, Ausgewogenheit, Klarheit, Genauigkeit, Aktualität, Vergleichbarkeit und Zuverlässigkeit der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (Seite 7 bis 17) der GRI erstellt worden sind.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 vorgenommen. Danach haben wir die Berufspflichten einzuhalten und den Auftrag unter Beachtung des Grundsatzes der Wesentlichkeit so zu planen und durchzuführen, dass wir unsere Beurteilung mit einer begrenzten Sicherheit abgeben können.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit (zum Beispiel einer Jahresabschlussprüfung gemäß § 317 HGB) weniger umfangreich, so dass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

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

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

Urteil

Auf der Grundlage unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die quantitativen Angaben zum Thema Fisch und Meeresfrüchte in den Tabellen und Grafiken auf Seite 5, zum Thema Holz/Papier/Tissue in der Grafik auf den Seiten 7 und 9 sowie zu den Themen Palmöl auf Seite 11 und Co-Branding auf Seite 18 des von der Stiftung erstellten Fortschrittsberichts für das Projektjahr 2014/2015 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien Vollständigkeit, Ausgewogenheit, Genauigkeit, Aktualität, Vergleichbarkeit und Zuverlässigkeit der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (Seite 7 bis 17) der GRI erstellt worden sind.

Berlin, den 18.12.2015

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Michael Conrad ppa. Susanne Klages
Wirtschaftsprüfer