

VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN

IM EDEKA-VERBUND

A young girl with long brown hair, wearing a bright yellow sleeveless dress, is running through a field of green grass and white daisies. She is holding a bunch of several large, yellow balloons. The scene is set against a bright, golden sunset sky, with the sun low on the horizon, creating a warm, glowing atmosphere. The girl is running from left to right, and her hair is blowing in the wind.

Wir denken in Generationen



INHALT

Vorwort
01

Der EDEKA-Verbund
02

Sustainable
Development Goals
03

Das Zielbild
04

Die Handlungsfelder
05

Regionalität
06
Sortiment
10
Umwelt
16

Mitarbeiter
22
Gesellschaft
26

WIR FÖRDERN WIRTSCHAFTLICH

... auf Basis des genossenschaftlichen Auftrags im EDEKA-Verbund

WIR STÄRKEN

... mittelständische Existenzen und die regionale Wirtschaft



WIR HANDELN

... als wichtiger Nahversorger mit hochwertigen Lebensmitteln aus unserem regionalen und nachhaltigeren Sortiment



WIR SCHÜTZEN

... aus Liebe zur Natur und Umwelt



WIR INVESTIEREN

... in unsere Mitarbeiter, junge Talente und ein attraktives Arbeitsumfeld



WIR GESTALTEN

... mit unserem gesellschaftlichen und sozialen Engagement

WIR BEFOLGEN REGELN

... und handeln stets integer im Umgang mit Dritten

UNSER ZIELBILD:



UNSER ZIELVERSTÄNDNIS:

„Wir handeln im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit verantwortungsvoll mit Blick auf unsere Mitarbeiter, deren Familien, unsere Gesellschaft und unsere Umwelt. Wir fördern die unternehmerische Freiheit und Eigenverantwortung der selbstständigen Kaufleute mit dem Ziel, wirtschaftlich gesunde Betriebe zu schaffen und langfristig zu erhalten.“

Markus Mosa
Vorstandsvorsitzender
EDEKA AG



Liebe Leserinnen, liebe Leser.

verantwortungsvolles Handeln ist bereits seit vielen Jahrzehnten fest mit dem Namen EDEKA verbunden und integraler Bestandteil unseres genossenschaftlichen Auftrags. Der dreistufige Aufbau unseres Verbunds, zu dem rund 3.700 selbstständige Kaufleute zählen, wird von einem einzigartigen Generationenvertrag geprägt und ist damit per se nachhaltig.

Der Dreiklang aus ökonomischer, ökologischer und sozialer Verantwortung steht stets im Fokus all unserer Projekte und ist gemeinsame Aufgabe unserer drei Handelsstufen. Im Mittelpunkt stehen für uns dabei die Handlungsfelder „Regionalität“, „Sortiment“, „Umwelt“, „Mitarbeiter“ und „Gesellschaft“. Seit 2009 ist außerdem die Umweltschutzorganisation WWF als strategischer Partner für mehr Nachhaltigkeit und unabhängiger Berater an unserer Seite. In Qualität und Umfang ist diese Kooperation weltweit noch immer einzigartig in der Lebensmittelbranche.

Einen Meilenstein für mehr nachhaltiges Wirtschaften hat auch die Weltgemeinschaft mit der Verabschiedung der Agenda 2030 gesetzt. Die daraus resultierenden Sustainable Development Goals (SDGs) bilden als weltweit gemeinsames Zielverständnis einen international anerkannten Rahmen für unser bestehendes Bestreben für verantwortungsvolles Handeln. Als erfolgreichste Unternehmer-Initiative Deutschlands sehen wir uns in der Verantwortung, die Umsetzung der SDGs aktiv mitzugestalten: Klima- und ressourcenschonendes Handeln sowie nachhaltigeres Wirtschaften stehen bei EDEKA bereits seit vielen Jahren klar im Fokus.

Der Lebensmitteleinzelhandel bietet dabei eine direkte Schnittstelle zum Endverbraucher, denn genau hier können wir nachhaltigere Produktions- und Konsummuster voranbringen und unsere Kunden für einen verantwortungsvolleren Umgang mit Lebensmitteln begeistern – heute wie auch in der Zukunft.

Herzlichst,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mosa', written in a cursive style.

Ihr Markus Mosa
Vorstandsvorsitzender EDEKA AG

VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN

Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative



Der EDEKA-Verbund ist das genossenschaftliche Rückgrat der Marke EDEKA und einer der führenden Lebensmittelhändler in Deutschland. Gegründet vor mehr als 110 Jahren, verbindet ihn über Generationen hinweg gelebte Kaufmannstradition und modernes unternehmerisches Denken und Handeln im erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: der Kaufleute vor Ort, der sieben regionalen Großhandelsbetriebe sowie der EDEKA-Zentrale in Hamburg.

Bundesweit verleihen rund 3.700 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandelsebene die Rolle des Nahversorgers, der für Lebensmittelqualität und

Genuss steht. Unterstützt werden sie von sieben regionalen Großhandelsbetrieben, die täglich frische Ware in die EDEKA-Märkte liefern und darüber hinaus von Vertriebs- bis zu Expansionsthemen an ihrer Seite stehen. Die Koordination der EDEKA-Strategie erfolgt in der Hamburger EDEKA-Zentrale. Sie steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne „Wir ♥ Lebensmittel“. Von hier erfolgen die Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele wie beispielsweise das Schaffen durchgängiger IT-Strukturen oder die Entwicklung zeitgemäßer Personalentwicklungs- und Qualifizierungskonzepte für den Einzelhandel.

Für eine nachhaltige Entwicklung

Verantwortungsvolles Handeln ist dank des einheitlichen Zielverständnisses fest im EDEKA-Verbund verankert. Eine weltweite Zielvorstellung wurde von den Vereinten Nationen in der 2015 verabschiedeten Agenda 2030 festgesetzt: 17 Sustainable Development Goals (SDGs) wurden als globale Ziele für nachhaltige Entwicklung definiert und richten sich an Regierungen, Zivilgesellschaften, Privatwirtschaft und Wissenschaft weltweit.

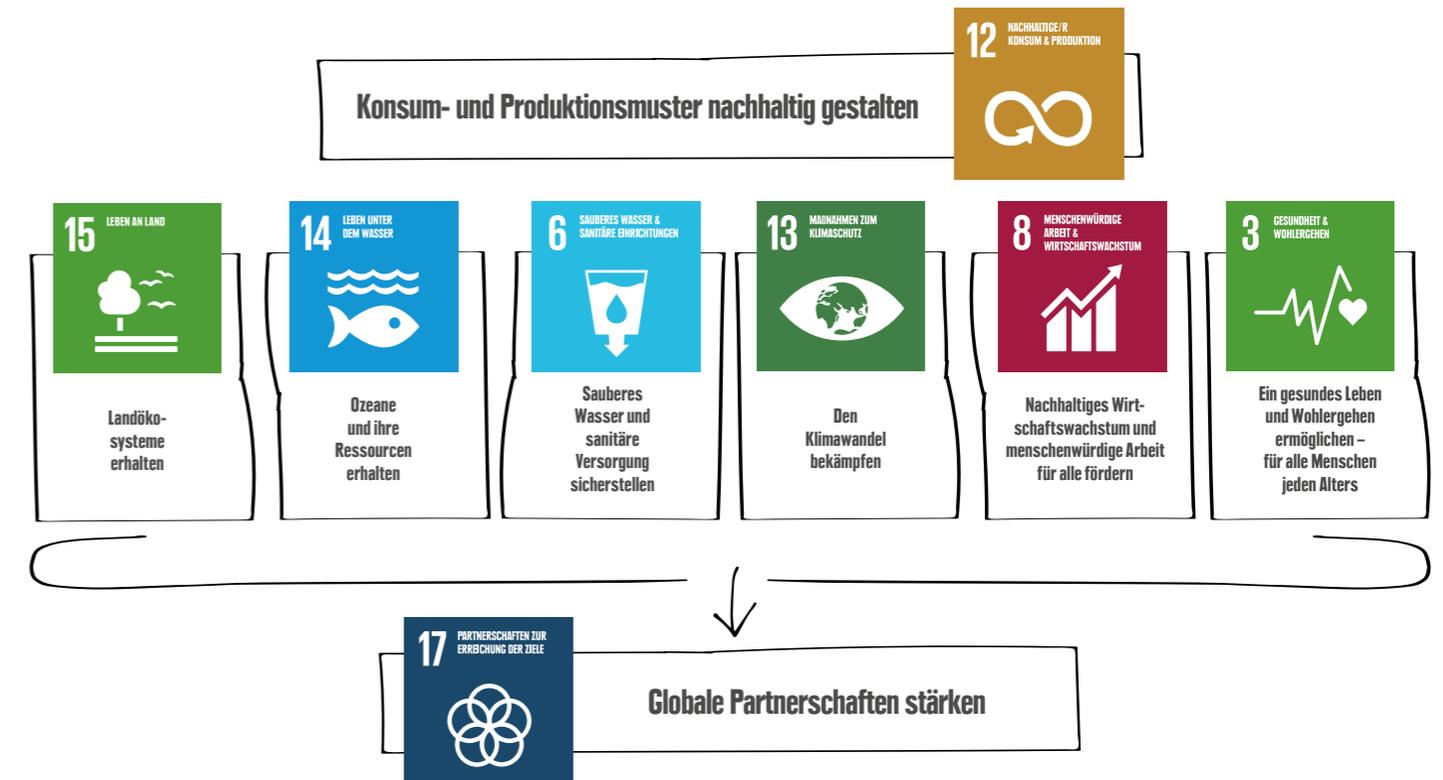
2017 zog die deutsche Bundesregierung nach und entwickelte eine auf der

Agenda 2030 basierende Nachhaltigkeitsstrategie für die nationale Wirtschaft. Diese bietet die Möglichkeit, das bisherige Bestreben für verantwortungsvolles Handeln im EDEKA-Verbund ganzheitlich zu betrachten sowie die für die Wertschöpfungskette relevanten SDGs aktiv in das unternehmerische Handeln einzubinden. Die SDGs der Vereinten Nationen sind dank des verbundweiten einheitlichen Nachhaltigkeitsverständnisses von EDEKA eine Bestätigung der internen Zielsetzung sowie des bisherigen Handelns.

Sustainable Development Goals

Die Vereinten Nationen haben 17 SDGs definiert und EDEKA sieht sich insbesondere acht dieser Ziele verpflichtet, da sie durch das Handeln entlang der Wertschöpfungskette berührt werden. So bezieht sich SDG 12 auf das wirtschaftliche Handeln aller Akteure im Lebensmitteleinzelhandel. Die SDGs 3, 6, 8, 13, 14, 15 und 17 werden insbesondere durch einzelne Projekte und Partnerschaften bedient wie zum Beispiel die Partnerschaft für mehr Nachhaltigkeit mit dem WWF. Damit kann der EDEKA-Verbund seine Kapazitäten zusätzlich stärken und nachhaltigeren Konsum ganzheitlich fördern.

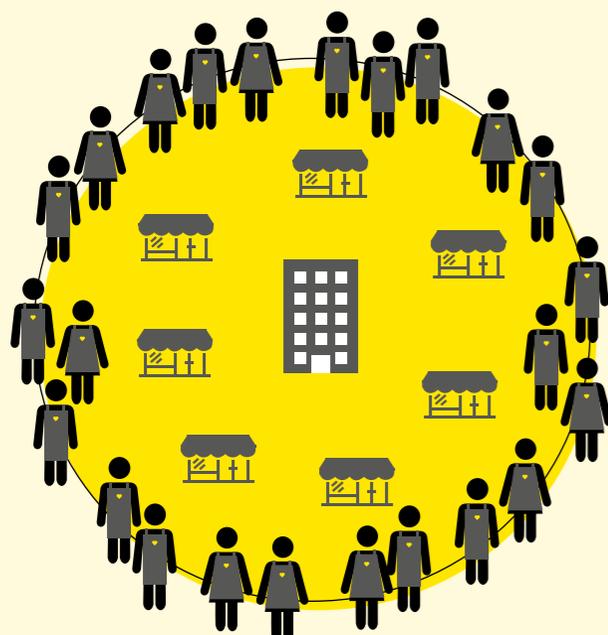
Die für EDEKA relevanten SDGs



Dreistufiger Aufbau

EDEKA ist ein genossenschaftlich organisierter und mittelständisch geprägter Verbund, bei dem die selbstständigen Kaufleute die Basis des Erfolgs bilden.

- Stufe 1 – EDEKA-Zentrale
- Stufe 2 – regionale Großhandelsbetriebe
- Stufe 3 – Kaufleute vor Ort





HANDELN MIT VERANTWORTUNG

Verantwortungsvolles Handeln mit Lebensmitteln ist traditionell ein gelebter Grundsatz im gesamten EDEKA-Verbund. Denn der wirtschaftliche Erfolg selbstständiger EDEKA-Kaufleute basiert maßgeblich auf dem Erhalt natürlicher Ressourcen sowie auf stabilen und funktionierenden gesellschaftlichen Strukturen.

Mit diesem Selbstverständnis minimiert EDEKA operative und strategische Risiken, baut stetig Innovationskraft und Effizienz aus und eröffnet so regelmäßig neue Potenziale und Perspektiven. Der Unternehmensverbund schafft dadurch nachhaltigen Nutzen für Umwelt und Gesellschaft – und damit auch für sich selbst.

Zwei Grundprinzipien

Das einheitliche verbundweite Nachhaltigkeitsverständnis bildet die Basis der zwei Grundprinzipien für verantwortungsvolles Handeln im EDEKA-Verbund.

1. Wir fördern wirtschaftlich

„Nachhaltig wirtschaften“ lautet das unternehmerische Credo und steht bei EDEKA an erster Stelle. Dazu gehört die Stärkung des selbstständigen Einzelhandels sowie die Förderung von Existenzgründungen. Nur so können im intensiven Wettbewerb wirtschaftlich gesunde, voll existenzfähige Betriebe geschaffen und langfristig erhalten werden.

2. Wir befolgen Regeln

Wir handeln stets integer im Umgang mit Dritten: Selbstständige EDEKA-Kaufleute, die Mitarbeiter des EDEKA-Verbunds sowie Partnerunternehmen und Lieferanten sind aufgefordert, sich an geltende gesetzliche Bestimmungen zu halten und darüber hinaus ggf. auch nicht staatliche Zertifizierungsstandards zu erfüllen. Konkrete verbundinterne Richtlinien schaffen einen klar definierten Rahmen für Geschäftsaktivitäten.

Handlungsfelder

Auf Basis der Grundprinzipien und des gemeinsamen Leitbilds für verantwortungsvolles Handeln erwachsen fünf gleichberechtigte Handlungsfelder: Regionalität, Sortiment, Umwelt, Mitarbeiter und

Gesellschaft. In diesen fünf Bereichen treibt EDEKA konkrete Maßnahmen über zahlreiche Projekte und auf Grundlage geltender gesetzlicher Regelungen zielgerichtet voran.

Fünf Felder – ein Zielbild

Regionalität:

Wir stärken mittelständische Existenzen und die regionale Wirtschaft, denn sie sind die Wurzeln des EDEKA-Verbunds.

Gesellschaft:

Wir gestalten mit unserem gesellschaftlichen und sozialen Engagement nicht nur den Lebensmitteleinzelhandel, sondern auch die Gesellschaft.

Mitarbeiter:

Wir investieren in unsere Mitarbeiter, junge Talente und ein attraktives Arbeitsumfeld mit vielfältigen Jobperspektiven auf allen Handelsstufen.

Sortiment:

Wir handeln mit hochwertigen Lebensmitteln aus unserem regionalen und nachhaltigen Sortiment und sind somit ein wichtiger Nahversorger.

Umwelt:

Wir schützen – der schonende und verantwortungsvolle Umgang mit Natur und Umwelt ist ein integraler Bestandteil des EDEKA-Verbunds.



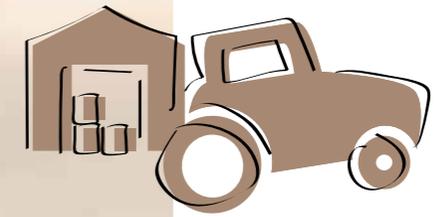
Gemeinsam handeln

Das gemeinsame Zielbild des EDEKA-Verbunds treibt das Handeln aller Akteure voran. Um dabei die vielfältigen Aktivitäten im Unternehmensverbund abzustimmen und dauerhaft einen zielgerichteten und transparenten Austausch zu pflegen, vernetzen und treffen sich die CSR-Beauftragten aus EDEKA-

Regionen, -Zentrale sowie Netto Marken-Discount im Rahmen des regelmäßig stattfindenden „Arbeitskreis Nachhaltigkeit“. Darüber hinaus arbeiten zahlreiche Fachbereiche an der Umsetzung der EDEKA-Handlungsfelder. Die verbundsinterne „Auszeichnung für verantwortungsvolles Handeln“ ehrt einmal im Jahr

besonders engagierte EDEKA-Kaufleute für ihr soziales und/oder ökologisches Engagement und rückt so den täglichen Einsatz der Kaufleute für mehr Nachhaltigkeit in den Fokus.

Das Gute
liegt so nah



REGIONALITÄT

Die Wurzeln des EDEKA-Verbands liegen im regionalen Mittelstand.

Hier hat das inhabergeführte Vollsortimentsgeschäft seinen Ursprung. Die selbstständigen EDEKA-Kaufleute verkörpern deutschlandweit qualifizierte Nahversorgung mit allen Waren des täglichen Bedarfs, ob in urbanen Lagen oder ländlichen Gebieten. Der Handel mit regional oder lokal produzierenden mittelständischen Lieferanten gehört zur Tradition des EDEKA-Verbands.





Lokales Netzwerk für regionale Vielfalt

Regionalität ist bei EDEKA Herzenssache: Der überwiegende Teil der selbstständigen EDEKA-Kaufleute ist seit Jahrzehnten tief in ihren jeweiligen Regionen verwurzelt und engagiert sich stark für deren nachhaltige Entwicklung. In großer Eigenständigkeit entscheiden die selbstständigen Kaufleute über ihr Warenangebot. Dazu gehört auch die Partnerschaft mit lokalen Herstellern, sodass die Märkte nicht selten mit bis zu 200 ortsansässigen Direktlieferanten zusammenarbeiten.

Neben bekannten, großen Marken führen die Kaufleute somit regionaltypische Produkte mittelständischer und kleiner Lieferanten und können auf spezielle Vorlieben und Wünsche der Kunden eingehen. Im Umfeld der Märkte wird dafür stets nach neuen Kontakten zu heimischen Erzeugern gesucht, sodass das regionale Sortiment weiter ausgebaut werden kann.

Regionalität setzt auf Qualität und Frische

Die Zusammenarbeit mit regionalen Erzeugern garantiert kurze Lieferwege und somit einen hohen Grad an Frische und Produktqualität. Prägnantes Beispiel: Über 1.000 Hersteller- und Verarbeitungsbetriebe liefern Lebensmittel für die regionale Eigenmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ in den EDEKA-Regionen Südwest, EDEKA Nord und EDEKA Hessenring. Der sorgfältige Aufbau dieses speziellen Sortiments erfordert enge Zusammenarbeit mit Erzeugerorganisationen, Fachberatern und Verbänden. Ziel ist es, für beide Seiten langfristige Wachstumsperspektiven zu schaffen. Das Fundament solcher Kooperationen bilden langjährige Partnerschaften mit mittelständischen Lebensmittelherstellern, Landwirten, Dienstleistern und Handwerksbetrieben sowie der Kommunal- und Landespolitik.



Regionale Marken

Die Märkte der selbstständigen Kaufleute im EDEKA-Verbund zählen traditionell zu den ersten Adressen für regionale Lebensmittel. Neben saisonalem Obst und Gemüse lokaler Landwirte gehören Eier und Molkeerzeugnisse, Fleisch und Wurst sowie Brot und Backwaren zu den festen Größen heimischer Erzeugnisse in den EDEKA-Regalen. Sie werden – von Region zu Region variierend – unter regionalen Markenprogrammen angeboten wie:

- **Unsere Heimat – echt & gut** (Nord, Südwest und Hessenring)
- **Unsere Heimat – echt & gut Bio** (Nord, Südwest)
- **Gutfleisch** (Nord)
- **Bauerngut** (Minden-Hannover)
- **Bauers Beste** (Minden-Hannover)
- **Mein Land** (Rhein-Ruhr)
- **Rasting** (Rhein-Ruhr)
- **Hofglück** (Südwest)
- **Heimatland** (Nordbayern-Sachsen-Thüringen)
- **Mein Bayern** (Südbayern)
- **Südbayerische Fleischwaren** (Südbayern)

Ein regionales Fenster für mehr Transparenz

Der Informationsbedarf aufseiten der Verbraucher wächst stetig. Dies gilt insbesondere für regionale Produkte. EDEKA hat sich zum Ziel gesetzt, die Transparenz beim Einkauf von Lebensmitteln fortwährend zu fördern. Deshalb unterstützen unter anderem EDEKA Südwest sowie die EDEKA-Zentrale zusammen mit dem damaligen Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) sowohl die Entwicklung als auch

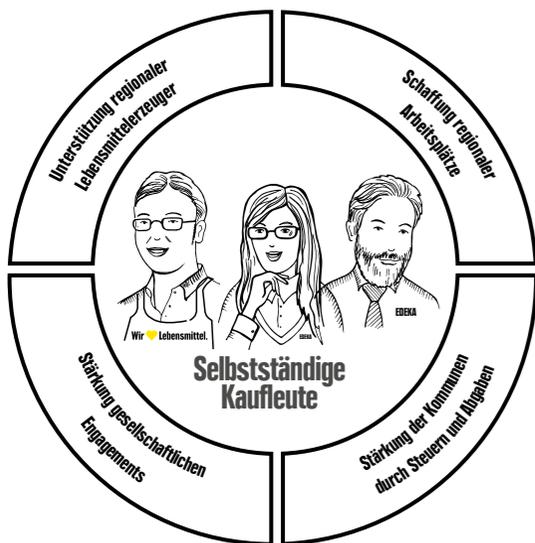
die 2013 erfolgte Einführung des „Regionalfensters“. Der Verein Regionalfenster e.V. sorgt durch die Kennzeichnung für mehr Transparenz im Lebensmittelhandel. Das sogenannte Fenster als Feld auf den Verpackungen regional hergestellter und vertriebener Erzeugnisse informiert die Verbraucher darüber, woher die eingesetzten Rohstoffe stammen, wo das Produkt hergestellt wurde und wer die Angaben überprüft hat. Das Regionalfenster liefert somit wertvolle Orientierungshilfen beim Einkauf.

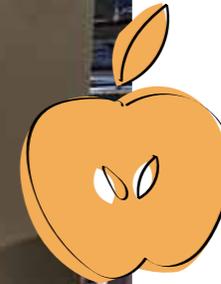


Genial regional

Regionale Vielfalt ist traditionell die große Stärke der EDEKA-Regionalgesellschaften. Wie man den Kunden heimische Erzeugnisse noch schmackhafter macht, zeigt beispielsweise EDEKA Südbayern seit dem Sommer 2018 mit der Informationsoffensive „genial REGIONAL“.

www.genial-regional.de/regionaltaet





SORTIMENT

„Wir ♥ Lebensmittel“ lautet der Leitsatz von EDEKA. Kurz und prägnant bringt er auf den Punkt, worum es im Tagesgeschäft des Verbunds geht: sichere, qualitativ hochwertige Lebensmittel.

Dazu gehört auch, den Kunden nur solche Lebensmittel anzubieten, die den hohen Qualitätsstandards von EDEKA entsprechen. Für EDEKA ist dies eine nachhaltige Investition in das Vertrauen der Verbraucher. Nachhaltiges Handeln bedeutet im EDEKA-Verbund aber noch deutlich mehr: Verantwortung gegenüber den Kunden gehört genauso dazu wie gegenüber Gesellschaft, Umwelt und Tieren.

Kontinuierliches Engagement



WIR LIEBEN QUALITÄT

Umfassende Qualitätskontrollen im Rahmen systematischer Sicherungsprozesse und definierter Produktstandards der Eigenmarken genießen im EDEKA-Verband oberste Priorität. Mit diesen Maßnahmen zur Qualitätssicherung werden alle Stufen der Wertschöpfungskette beleuchtet – von den lokalen Erzeugern bis in die Regale der Märkte. Um für das Eigenmarkenprogramm von EDEKA produzieren zu können, müssen die Herstellerbetriebe die Kriterien der „International Featured Standards“ (IFS) zur Beurteilung von Produktsicherheit und -qualität erfüllen. Anhand ergänzender Lieferantenaudits durch unabhängige Prüfer bewertet EDEKA zudem die Produktionsstätten stichprobenartig und risikoorientiert hinsichtlich der Erfüllung von festgelegten Qualitätskriterien.

Qualitätsstandards

EDEKA unterstützt die Weiterentwicklung von u. a. folgenden privatwirtschaftlichen Standards und Programmen: **IFS** (International Featured Standards) – Standards zur Sicherstellung der Lebensmittel- bzw. Produktsicherheit und -qualität
GlobalG.A.P. (Good Agricultural Practice) – weltweit angewendetes Qualitätssicherungs- und Zertifizierungssystem für die Landwirtschaft
QS (Qualität und Sicherheit GmbH) – stufenübergreifendes Qualitätssicherungssystem
KAT (Verein für kontrollierte alternative Tierhaltungsformen) – Herkunftssicherung und Rückverfolgbarkeit von Eiern

Weniger Zucker, weniger Salz

Die EDEKA-Eigenmarkenprodukte werden hinsichtlich ihrer Zusammensetzung bei Entwicklung und Optimierung ganzheitlich betrachtet. Ziel ist stets ein Maximum an Natürlichkeit der Zutaten und Rohstoffe sowie der Verzicht auf Zusatzstoffe. Hinsichtlich der Reduzierung von Zucker und Salz kann der EDEKA-Verband somit etliche Fortschritte vorweisen und gilt diesbezüglich seit Jahren als Vorreiter. Bereits bei mehr als 150 Produkten wurde der Zucker- und Salzgehalt deutlich reduziert, ebenso wurden der Gehalt und die Zusammensetzung der Fette sowie anderer Inhaltsstoffe optimiert. Auch für die nächsten Jahre sind weitere Reformulierungen geplant.

Reformulierung der EDEKA-Eigenmarken

Der Zuckergehalt wurde im Eigenmarkensortiment durchschnittlich um circa 10 Prozent reduziert – bei knapp einem Fünftel aller reformulierten Artikel wurde der Zuckergehalt sogar um mehr als 20 Prozent vermindert. Und bei einzelnen Produkten, wie zum Beispiel Müslis, hat EDEKA den Zuckergehalt um bis zu 35 Prozent reduziert. EDEKA hat den Salzgehalt durchschnittlich um circa 30 Prozent reduziert. Bei einzelnen Produkten wird auf Salz völlig verzichtet (zum Beispiel TK-Garnelenspieße). Weitere Informationen unter: www.edeka.de/weniger-zucker

Tierisches Wohlergehen



Der EDEKA-Verband ist Gründungsmitglied und größter Beitragszahler der Branchen-Initiative Tierwohl, die im Januar 2015 erfolgreich gestartet ist. Zielsetzung ist es, gemeinsam mehr Verantwortung zu übernehmen und das Tierwohl in der Nutztierhaltung von Schweinen und Geflügel aktiv, flächendeckend und Schritt für Schritt zu verbessern. Die Mindestkriterien liegen hier über den gesetzlichen Anforderungen und werden noch weiter ausgebaut. Mit Markenfleischprogrammen, regionalen Qualitätssiegeln und der Zusammenarbeit mit dem Deutschen Tierschutzbund sowie allen direkt oder indirekt beteiligten Parteien der Lieferkette verfolgt der EDEKA-Verband einen ganzheitlichen Ansatz für mehr Tierwohl.

Regionale Weidemilch



Die Weidemilch der Regionalmarke „Unsere Heimat“ aus der Region Nord stammt ausschließlich von Kühen, die ganzjährig Zugang zum Außenklima erhalten, mehr Komfort durch Bürsten in den Ställen erleben und nur solches Futter erhalten, das nicht gentechnisch verändert ist. Damit liegen die Haltungsbedingungen weit über den gesetzlich vorgeschriebenen Standards.

3



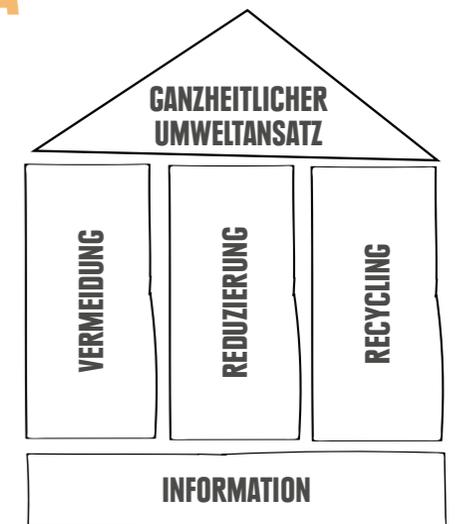
12



VERPACKUNGEN: GANZHEITLICHER ANSATZ BEI EDEKA

EDEKA arbeitet kontinuierlich daran, seinen ökologischen Fußabdruck bei Produkt- und Transportverpackungen der EDEKA-Eigenmarken zu reduzieren. Als Vollsortimenter bietet EDEKA mit Blick auf Umfang und Art der Verpackung bereits Wahlmöglichkeiten für den Verbraucher an: Lose Ware, Bedientheken, unterschiedliche Gebindegrößen und Sortimentsvielfalt ermöglichen beim Einkauf auf weniger und auf die Art der Verpackung zu achten. EDEKA verfolgt den Ansatz, in einem komplexen Wirkungsgefüge fachlich fundiert wirklich sinnvolle ökologische Lösungen umzusetzen.

Dabei geht es um individuelle, teils sehr spezifische Lösungen im Rahmen eines ganzheitlichen Ansatzes anstatt um punktuelle, plakative Maßnahmen. Grundvoraussetzung für ein ökologisch sinnvolles Verpackungsmanagement ist die wissenschaftliche Fundiertheit. Daher arbeitet der EDEKA-Verband intensiv mit seinem Partner für mehr Nachhaltigkeit, dem WWF, zusammen. Seit 2015 wird das Thema Verpackungen als eigener Themenschwerpunkt der gemeinsamen Partnerschaft fokussiert. EDEKA setzt individuelle Verpackungslösungen im Dreiklang der Schritte Vermeidung, Mehrweg/Reduzierung und Recycling um.



Auswahl der vielfältigen Maßnahmen

Smart Branding/ Mehrwegnetze



EDEKA bietet nahezu alle Obst- und Gemüsesorten auch lose an, kennzeichnet viel mit Etiketten oder auch „Smart Branding“ (Laserbeschriftung) und animiert seine Kunden zur Nutzung der wiederverwendbaren Obst- und Gemüse-Mehrwegnetze, um so auf unnötige Einwegprodukte wie Knotenbeutel zu verzichten.

Mehrweglösung



Auch für die Frischetheken hat EDEKA Lösungen zur Vermeidung von Plastik- und Einwegverpackungen entwickelt, zum Beispiel mit Mehrwegdosen im Kreislaufsystem. Viele Märkte verwenden auch Lösungen mit Tablets, auf die die Kunden ihre mitgebrachten Behälter stellen und die über die Theke gereicht werden. Mittlerweile bieten immer mehr EDEKA-Kaufleute in allen Bundesländern solche Systeme an, und die Zahl der Märkte wächst ständig.

Richtig recyceln

Deutschland verfügt über eine flächendeckende Verwertungsstruktur, die es grundsätzlich ermöglicht, Verpackungen einzusammeln und einen Teil davon zu recyceln. Gelber Sack bzw. Gelbe Tonne, aber auch Pfandrücknahmeautomaten stellen entsprechende Wertstoffsysteme für Kunststoffverpackungen dar. EDEKA unterstützt den Verbraucher u. a. durch einen Recyclingwegweiser auf den Eigenmarkenprodukten. Dies erleichtert die richtige Trennung und fachgerechte Entsorgung von Verpackungsbestandteilen – ein wichtiger Beitrag zur Ressourcenbewahrung.



Trennen für die Umwelt

Recycling-Symbole





GEMEINSAM STARK FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT



Was mit einer Kooperation für nachhaltige Fischerei 2009 begann, ist mittlerweile zu einer weltweit einzigartigen Partnerschaft geworden, die Strahlkraft hat und den gesamten Lebensmittelhandel prägt. Die Zusammenarbeit von EDEKA und der unabhängigen Umweltschutzorganisation WWF hat das Ziel, den ökologischen Fußabdruck von EDEKA Stück für Stück zu reduzieren und die Kunden für nachhaltigen Konsum zu begeistern. Weit über 300 zertifizierte Produkte der EDEKA-Eigenmarken tragen mittlerweile zusätzlich das WWF-Panda-Logo. Es weist die Kunden auf nachhaltigere Alternativen im Markt hin.

Einige Erfolge der Zusammenarbeit

- Seit 2009 engagieren sich EDEKA und WWF für nachhaltige Fischerei: 80 Prozent der Fisch-Eigenmarken stammen aus zertifiziert nachhaltigen Quellen.
- Im gemeinsamen EDEKA-WWF-Projekt „Zitrus“ in Spanien wurden auf acht Projektfarmen bereits knapp 800 Millionen Liter Wasser in einem Jahr eingespart. Zusätzlich wurde der Einsatz chemischer Pflanzenschutzmittel drastisch reduziert.
- In dem gemeinsamen Projekt „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ werden in teilnehmenden Bio-Betrieben über 100 Naturschutzmaßnahmen auf einer Anbaufläche von 38.000 ha umgesetzt.
- Bereits zwischen 2015 und 2019 hat EDEKA die Zahl der Knotenbeutel um 100 Mio. Stück reduziert.

Es ist Zeit für eine bessere Banane

Seit 2014 setzen EDEKA und der WWF mit einem Projekt im Bananenanbau ein weiteres Zeichen für mehr Nachhaltigkeit – und dies bewusst im konventionellen Anbau. Die Produktionsbedingungen für die unter der Eigenmarke EDEKA vermarkteten Bananen werden seitdem Schritt für Schritt umwelt- und sozialverträglicher gestaltet.

Im Fokus des Projekts stehen der Schutz und die Förderung der Biodiversität, der verantwortungsvollere und möglichst reduzierte Einsatz

von Pflanzenschutzmitteln sowie der Schutz des Bodens. Hinzu kommen die Überwachung und Verminderung des Wasserverbrauchs und die verbesserte Entsorgung von Abfällen. Die Senkung von Treibhausgas-Emissionen und die Anpassung der Farmen an den Klimawandel sind ein weiteres Thema. Schutz und Stärkung der Rechte der Mitarbeiter sowie Optimierung von Sicherheits- und Gesundheitsschutz stehen ebenfalls auf dem Programm.

Weitere Informationen unter: www.verbund.edeka/projekt-banane



Themenfelder

Innerhalb der strategischen Partnerschaft für Nachhaltigkeit arbeiten EDEKA und der WWF in acht globalen Themenfeldern intensiv zusammen. Die Besonderheit: der ganzheitliche Ansatz über die gesamte Lieferkette hinweg – vom Erzeuger bis ins Supermarktregal.

Fisch und Meeresfrüchte



Schon seit 2009 arbeitet EDEKA gemeinsam mit dem WWF daran, nachhaltige Fischerei und Fischzuchten weltweit zu fördern. EDEKA hat es geschafft, den Markt zu drehen und Nachhaltigkeit bei Fisch im Lebensmitteleinzelhandel zu etablieren.

Holz, Papier, Tissue



EDEKA will zum Schutz der Wälder beitragen und hat im Rahmen der Partnerschaft mit dem WWF bereits alle Holz-, Papier- und Tissue-Eigenmarkenprodukte sowie fast alle Papier- und Papp-Endverbraucherpackungen der Eigenmarken auf nachhaltig zertifizierte Alternativen umgestellt.

Soja und nachhaltigere Nutztierfütterung



EDEKA möchte dazu beitragen, dass der Sojaanbau verantwortungsvoller ausgerichtet und die Auswirkungen des Anbaus für Futterzwecke auf die Umwelt reduziert werden. In der Nutztierernährung stellt EDEKA daher auf heimische beziehungsweise europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, gentechnikfreies, zertifiziertes Soja um.

Klima



EDEKA will zum Schutz des Klimas beitragen. So ist es Ziel, Treibhausgas-Emissionen bezogen auf die Verkaufsfläche in Quadratmetern bis zum Jahr 2025 zu halbieren. Diese Ziele gelten für die EDEKA-Zentrale und deren Tochtergesellschaft Netto Marken-Discount. Für die Reduktion des Treibhausgas-Fußabdrucks im Sortiment werden neben eigenen Maßnahmen bei EDEKA auch Klimaschutzmaßnahmen innerhalb der Lieferkette durchgeführt.

Beschaffungsmanagement



EDEKA will nicht nur einzelne Produkte, sondern seine gesamten Lieferketten langfristig und systematisch nachhaltiger gestalten. Ziel des Beschaffungsmanagements ist es, Beschaffungsrisiken kritischer Agrarrohstoffe schrittweise zu reduzieren – zunächst bei Obst und Gemüse. Dafür werden Umwelt- und Sozialaspekte systematisch im EDEKA-Einkauf verankert.

Palmöl



Dass Palmöl nicht nur wirtschaftlich, sondern auch ökologisch und sozial verträglich angebaut wird, ist Ziel der Partnerschaft. Bei Eigenmarkenartikeln mit Palmölbestandteilen hat EDEKA bereits nahezu komplett auf zertifizierte Quellen umgestellt und engagiert sich für die Verbesserung relevanter Nachhaltigkeitsstandards.

Süßwasser



Ziel von EDEKA und WWF ist es, Süßwasserressourcen zu schützen, etwa durch ein internes Wassermanagement, welches zunächst für Obst- und Gemüseartikel im Eigenmarkensortiment Wasserisrisiken beim Anbau identifiziert und systematisch zusammen mit Lieferanten reduziert. Aber auch durch die Zusammenarbeit mit Standardsystemen wie der Alliance for Water Stewardship (AWS).

Verpackungen



Verpackungsvermeidung und Verpackungsoptimierung sind seit Jahren wichtige Anliegen von EDEKA. Seit 2015 gehört das Thema auch zu den Schwerpunkten der Partnerschaft mit dem WWF. Dabei wird ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt, mit dem fachlich fundierte und ökologisch sinnvolle Lösungen umgesetzt werden. Die Strategie dahinter: der Dreiklang aus Vermeidung, Mehrweg/Reduzierung und Recycling.





*Aus Liebe
zur Umwelt*

UMWELT

Um Natur und Ressourcen für zukünftige Generationen zu bewahren, investiert EDEKA jährlich in innovative Marktkonzepte und ressourcensparende Technologien.

Für den mittelständisch geprägten genossenschaftlichen Verbund mit über 11.000 Märkten ist der verantwortungsvolle Umgang mit Natur und Umwelt ein integraler Bestandteil des unternehmerischen Zielbilds: kontinuierlich den eigenen ökologischen Fußabdruck verringern.



FÜR MEHR ARTENSCHUTZ



Um einen Beitrag zum Erhalt der biologischen Artenvielfalt in der Umwelt zu leisten, unterstützt der Verbund seit 2012 das Projekt „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ – ein gemeinsames Projekt von WWF, dem Anbauverband Biopark e.V. und EDEKA –, wissenschaftlich begleitet und umgesetzt vom Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF e.V.).

Ökologisches Gleichgewicht

Mehr als 50 Prozent der Fläche Deutschlands wird landwirtschaftlich genutzt. Die zunehmende Intensivierung des Anbaus bringt die Natur immer mehr aus dem Gleichgewicht. Dabei lassen sich im ökologischen Landbau die Flächen oft so bewirtschaften, dass sie ausreichende Lebensräume für wildlebende Tier- und Pflanzenarten bieten.

Hier leistet ein Projekt wie „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ einen wichtigen Beitrag zum Erhalt des Lebensraums von Hummeln, Kröten & Co. Ziel des Projekts ist ein Naturschutzmodul als Zusatzqualifikation für den ökologischen Landbau. Dieses besteht aus einem Katalog von rund 100 Naturschutzmaßnahmen für den Erhalt der Artenvielfalt. Ein Beispiel dafür sind „ungemähte Streifen im Klee gras“, denn für Insekten, Feldvögel, Feldhasen und Amphibien sind ungemähte Bereiche auf den Feldern wichtige Rückzugsräume während

und nach der Mahd. So konnte sich durch Grünstreifen an Feldrändern und Beachtung der Brutzeiten der Bruterfolg des in Deutschland stark gefährdeten Braunkehlchens auf den Projektflächen fast verdoppeln. Naturschutzberater unterstützen teilnehmende Landwirte, begleiten die Umsetzung und messen den Erfolg.

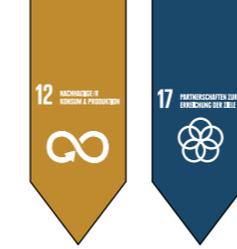
Bislang jedoch sind derartige Kriterien und Maßnahmen zum Erhalt der Lebensräume und Schutz der biologischen Vielfalt nicht in die Richtlinien der ökologischen Verbände integriert.

Exklusiver Handelspartner

EDEKA garantiert während der Projektphase Erzeugern die Abnahme der landwirtschaftlich erzeugten Produkte zu Erzeugerpreisen, die den Mehraufwand honorieren. So finden Kunden bereits in vielen Märkten der EDEKA Nord Bio-Fleisch und Bio-Wurstwaren der regionalen Eigenmarke „Natur Pur“ sowie weitere Produkte der Regionalmarke „Unsere Heimat Bio“. Erzeugnisse aus dem WWF-Projekt tragen zusätzlich das Logo „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ und sind so leichter zu identifizieren.

Ein Projekt mit Vorbildcharakter – dafür wurde es im Rahmen der UN-Dekade Biologische Vielfalt ausgezeichnet.

www.landwirtschaft-artenvielfalt.de



WIR WERTSCHÄTZEN LEBENSMITTEL

Im EDEKA-Verbund prägt die Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt alle Handelsebenen. Lebensmittel wegzuerwerfen bedeutet neben moralischen und ökologischen Gesichtspunkten auch ein wirtschaftliches Verlustgeschäft für EDEKA-Kaufleute.

Eine Frage der Nachfrage

Die Ansprüche und Wünsche der EDEKA-Kunden sind regional verschieden ausgeprägt. Als direkter Ansprechpartner im Markt haben die rund 3.700 selbstständigen EDEKA-Kaufleute ein ausgeprägtes Gespür für die tatsächliche Nachfrage der Kunden und bieten ein entsprechend angepasstes Sortiment. Durch regelmäßige Anpassungen kann die Menge an unverkaufter Ware stetig reduziert werden.

Moderne Technologien nutzen

Mit verbraucherfreundlichen Maßnahmen zeigen EDEKA-Kaufleute täglich ihre Liebe und Wertschätzung für Lebensmittel. Der Einsatz modernster Technik von Warenbezug, Pflege im Markt bis hin zu Weiterverarbeitung oder vergünstigtem Verkauf, aber auch Warenwirtschaftssysteme wie Einzelhandelslösungen tragen dazu bei, Abschriften im Markt zu reduzieren.



Da geht noch mehr

Durch den ständigen Ausbau des Portionierungsangebots an Bedientheken in vielen EDEKA-Märkten wird bedarfsgerechtes Einkaufen leichter. Die Verarbeitung von optisch nicht perfekten Lebensmitteln zu leckeren Convenience-Produkten wie zum Beispiel Obstsalat, Smoothies oder Suppen gehört für viele Kaufleute dazu.



Seit vielen Jahren gehören der Verbund und die EDEKA-Kaufleute zu den wichtigsten Förderern der mehr als 900 Tafel-Initiativen in Deutschland. Die Spenden überzähliger Lebensmittel unterstützen damit regelmäßig bundesweit über 1,5 Millionen hilfsbedürftige Menschen – knapp ein Drittel davon sind Kinder und Jugendliche.

www.verbund.edeka/die-tafeln



Im Einsatz für Lebensmittel

Über eine interne Warenbörse handelt die EDEKA Südwest zu vergünstigten Bezugspreisen Artikel, deren Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) verkürzt ist. Aber auch schnell verderbliche Produkte wie Obst und Gemüse werden angeboten. Insgesamt können 1.300 Märkte der EDEKA Südwest auf den internen Webshop zugreifen. Mit einem Warenvolumen von circa 4.000 Paletten ist die Warenbörse ein wichtiges Instrument, um die Vernichtung von Lebensmitteln zu vermeiden. Daher wurde EDEKA Südwest 2017 mit dem „Zu gut für die Tonne“-Bundespreis ausgezeichnet.



Über das Start-up SPRK werden überschüssige Lebensmittel zu Mahlzeiten verarbeitet und zu bezahlbaren Preisen angeboten. Seit 2019 besteht eine Partnerschaft mit dem Onlinedienst Bringmeister.



EFFIZIENTER ENERGIEEINSATZ

Nachhaltiges Bauen ist eine grundlegende Maßnahme im EDEKA-Verbund, um den ökologischen Fußabdruck kleinzuhalten. Die wichtigste Stellschraube zum Ressourcenschutz in den Lebensmittelmärkten im EDEKA-Verbund ist der

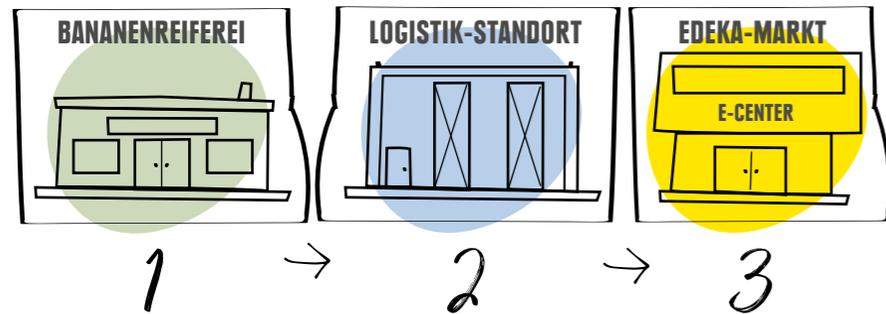
Stromverbrauch. Ziel ist es, verbundweit Strom einzusparen. Von der Kühltechnik in den Märkten bis hin zum Verbrauch in Kassensystemen entwickelt EDEKA kontinuierlich die Maßnahmen zum effizienten Energieeinsatz weiter.



Das DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen)-System dient der objektiven Bewertung der Nachhaltigkeit von Gebäuden im umfassenden

Sinne, über den kompletten Gebäudelebenszyklus hinweg. Zertifiziert wird die Erfüllung zahlreicher Nachhaltigkeitskriterien aus sechs Themenfeldern. Die DGNB vergibt das DGNB-Zertifikat in Platin, Gold und Silber.

Nachhaltiges Bauen auf allen Ebenen: Standortbeispiele aus den EDEKA-Regionen



1. Bananenreiferei in Borna bei Leipzig
Die Reiferei ist die erste CO₂-neutrale Bananenreiferei Deutschlands: Circa 1.000 Tonnen CO₂ werden hier pro Jahr eingespart. Durch die integrierte Fotovoltaikanlage und das gasbetriebene Blockheizkraftwerk, dessen Abwärme für Kälteproduktion genutzt wird, werden 95 Prozent des Energiebedarfs gedeckt. Dank der modernen Reifetechnik können bis zu zwei Drittel der Energiekosten

gespart und natürliche Ressourcen geschont werden.

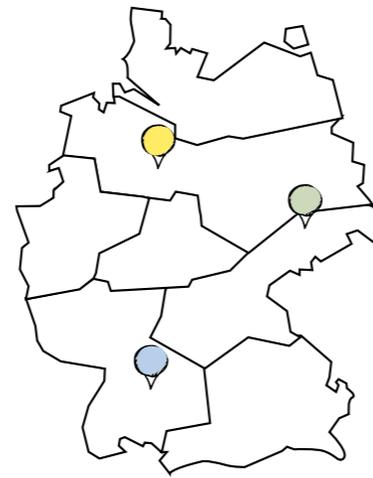
2. Logistik-Standort in Balingen bei Stuttgart

Als Energiequelle werden in Balingen ein Holzhackschnitzelkessel sowie ein Gas-Blockheizkraftwerk genutzt. Alle Verbräuche werden genau erfasst. Mögliche Abweichungen werden so schnell erkannt und können durch optimierte Einstellun-

gen behoben werden. So werden jährlich 57 Prozent der Primärenergie sowie 650 Tonnen CO₂ eingespart.

3. E center in Hannover-Roderbruch

2015 wurde das E center mit dem DGNB-Zertifikat in Platin ausgezeichnet – unter anderem für den Einsatz umweltfreundlicher Baustoffe. Die Passivhaus-Bauweise sorgt zudem für einen stark verringerten Energieeinsatz.



Grüner wird's nicht

In Essen-Werden ging Anfang 2018 das Pilotprojekt „Green Building“ der EDEKA Rhein-Ruhr an den Start. Das Konzept hinter dem grünen Ladenbau: ein nachhaltiges Green Building schaffen, und zwar „grün“ vom Baumaterial bis zum geräuschlosen Einkaufswagen. „Dort wo heute die Spundwände stehen, befand sich das Ladenniveau des vorherigen Markts – das sind sechs Meter Höhenunterschied“, erklärt Kaufmann Andreas Diekmann. Die Einbettung in den Berghang spart Wärmeenergie, Fotovoltaikplatten auf dem Dach erzeugen Strom, alle Kühlmöbel sind mit Türen ausgestattet, und vor dem Markt versorgen zwei Parkplätze mit Ladestation Elektroautos mit Energie. Ja, die Maßnahmen für eine

ressourcenschonende Einkaufsstätte sind umfangreich, bestätigt der Kaufmann. Aber „Green Building“ heißt auch Gesundheit für den Menschen. „Darum haben wir große Glasfassaden integriert. Nichts ist schöner, als bei Tageslicht einzukaufen und zu arbeiten. Und obwohl wir unterirdisch sind, können wir das gewährleisten“, so Diekmann. Auf rund 2.400 Quadratmetern überzeugt der neue EDEKA-Markt in Essen-Werden die anspruchsvollen Kunden mit seinem breiten, gut sortierten Sortiment. „Der Laden ist direkt von null auf hundert explodiert“, resümiert der Kaufmann. Die sechs Jahre Planungsphase für den ressourcenschonenden Neubau haben sich somit gelohnt.



Energieeffizienz auf ganzer Strecke

Über ausgefeilte Logistiksysteme in den sieben EDEKA-Regionen gelangen täglich frische Lebensmittel in die Märkte. Ein dichtes Logistiknetz aus 36 Warenlagern gewährleistet die bedarfsgerechte Auslieferung. Investitionen in effiziente Logistikprozesse sind und bleiben für den gesamten EDEKA-Verbund ein entscheidender Erfolgsfaktor. Mit rund 3.500 Fahrzeugen zählt die Lkw-Flotte von EDEKA zu einer der

modernsten in Deutschland. Sowohl Ausbau und Modernisierung bestehender Strukturen als auch Aufbau und Integration neuer Standorte forcieren die kontinuierliche Effizienzsteigerung. Über die Bündelung der Warenströme und die optimierte Auslastung regionaler Lkw-Flotten reduziert der Unternehmensverbund stetig die Anzahl der Transportkilometer und verringert gleichzeitig den Verkehr zwischen einzelnen Lagerstandorten.

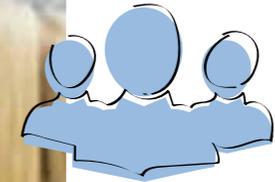
Praxistest für E-Lkw



EDEKA ist eines der ersten Unternehmen – sowie das einzige aus dem Lebensmitteleinzelhandel –, das den schweren Elektro-Lkw von Mercedes-Benz in seinen Fuhrpark integriert. Zielsetzung dabei: Ab 2021 steht ein schwerer Serien-Lkw zur Verfügung, der emissionsfreies und leises Fahren in Städten ermöglicht. Die Testserie des eActros-Lkw dauert insgesamt rund zwei Jahre.



*Gemeinsam
stark!*



MITARBEITER

Das Rückgrat des genossenschaftlichen Verbunds sind die Mitarbeiter – bei EDEKA im Markt, in der Regionalgesellschaft oder in der EDEKA-Zentrale.

Denn nur durch sie kann EDEKA das Qualitätsversprechen halten und im intensiven Wettbewerb bestehen. Darum fördert und unterstützt der Verbund seine wichtigste Kraft: mit einer leistungsgerechten Entlohnung, mit individuellen Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen und vielfältigen Aufstiegsmöglichkeiten.



EDEKAS MITTELPUNKT: DIE MITARBEITER

Innovativer Ausbilder

Jährlich investiert der EDEKA-Verband in seine Mitarbeiter – von der Berufsausbildung über praxisnahe Fortbildungsangebote und berufsbegleitende Studiengänge bis hin zur Existenzgründung mit eigenem Markt. Damit gehört EDEKA zu den größten Ausbildern Deutschlands. Durch den demografischen Wandel verschärft sich zunehmend der Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte im Lebensmitteleinzelhandel. In 37 verschiedenen Berufsbildern über alle Handelsstufen bietet EDEKA innovative Ausbildungsangebote, die 2018 von rund 18.000 jungen Menschen in Anspruch genommen wurden.

Zukunftsweisend

Seit August 2018 gibt es in Deutschland den neuen Ausbildungsberuf „Kaufmann/frau im E-Commerce“. Ein Berufsbild, das nicht nur für den Handel, sondern auch für andere Branchen mit wachsendem Onlinegeschäft interessant ist. Bei EDEKA werden bereits seit Ende 2018 erste Azubis als Kaufmann/-frau im E-Commerce ausgebildet. Ein weiterer Schritt, damit der Handel über moderne und innovative Ausbildungsbedingungen verfügt und gut gerüstet ist für die zunehmende Digitalisierung im Einzelhandel.



Flexibler Arbeitgeber

Vor allem aufgrund seines kunden- und serviceorientierten Leistungsprofils ist der Unternehmensverbund auf flexible Arbeitsverhältnisse und die Anpassungsfähigkeit der Mitarbeiter angewiesen. Dafür bietet der Verbund vielfältige und individuelle Arbeitszeitmodelle, um den unterschiedlichen Lebenssituationen seiner Mitarbeiter gerecht zu werden. Ein wichtiges Anliegen ist zudem die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Ob Teilzeitarbeit oder eine berufliche Auszeit, um zum Beispiel Angehörige zu pflegen: Flexible Arbeitszeitregelungen eröffnen jungen Familien, aber auch älteren Mitarbeitern die Möglichkeit, ihre Präsenz am Arbeitsplatz noch besser mit ihren privaten Bedürfnissen in Einklang zu bringen – unbürokratisch und nah an den realen Lebensumständen der Menschen.

8
MENSCHENWÜRDIG
LEBEN &
WIRTSCHAFTSSTÄRKEND



3
GESUNDE &
WELTWEISE



Verantwortung für Mitarbeiter

Gesundheit

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber unterstützt EDEKA das Gesundheitsbewusstsein bei seinen Mitarbeitern und motiviert nachhaltiges, gesundes Verhalten. Betrieblicher Arbeits- und Gesundheitsschutz ist daher ein elementarer Bestandteil der Unternehmenskultur im EDEKA-Verband.

Fortbildung

Um den hohen Qualitäts- und Serviceansprüchen des LEHs gerecht zu werden, setzt EDEKA auf kontinuierliche Förderung und Weiterbildung seiner Mitarbeiter. Dazu bietet der genossenschaftliche Verbund für alle Karriere- und Handelsstufen eine Vielzahl an projektbezogenen Workshops, Trainings, Seminaren sowie individuellen Qualifizierungsprogrammen an, bei denen sich die Mitarbeiter nicht nur beruflich, sondern auch persönlich weiterentwickeln können.

Auch die EDEKA-Kaufleute zeigen immer wieder, wie sie sich für ihre Mitarbeiter und die Gemeinschaft in ihrer Region stark machen. Individuelle Weiterbildungsprogramme für Mitarbeiter sind für viele EDEKA-Kaufleute eine Selbstverständlichkeit. Denn verantwortungsvolles, nachhaltiges Handeln ist die Basis des unternehmerischen Wirkens im EDEKA-Verband.

Talente fördern

Mit gutem Beispiel geht die Hamburger EDEKA-Zentrale voran. Im Rahmen des 18-monatigen Trainee-Programms erhalten Absolventen handels- und wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge die Möglichkeit, ihre individuellen Schwerpunkte zu wählen, sei es Einkauf, Marketing oder Controlling. Auf die jungen Talente wartet in der Hansestadt ein maßgeschneiderter Einstieg ins Unternehmen.

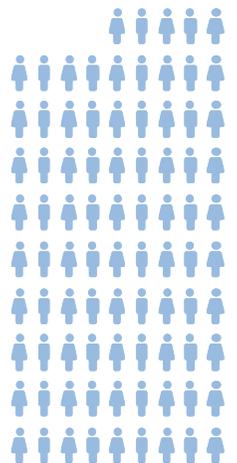
Fit & gesund

„fit & gesund“ heißt das Mitarbeiterprogramm der EDEKA Südwest. Mit verschiedenen Angeboten, wie zum Beispiel einem Gesundheitsbonus, rückengerechten Bürostühlen, kostenlosem Mineralwasser und Obst am Arbeitsplatz sowie Lauftreffs, unterstützt EDEKA Südwest die Fitness und Gesundheit ihrer Mitarbeiter. Als Partner von JobRad können Mitarbeiter über die Regionalgesellschaft darüber hinaus zu günstigen Konditionen hochwertige Fahrräder und E-Bikes vom Fachhändler ohne Mehraufwand beziehen.



3.700

selbstständige Kaufleute



376.000

Mitarbeiter





GESELLSCHAFT

EDEKA übernimmt soziale Verantwortung und gestaltet so die Gesellschaft gemeinschaftlich mit.

Auf allen drei Stufen des EDEKA-Verbunds findet gesellschaftliches und soziales Engagement facettenreiche Ausprägungen. So selbstverständlich wie der Handel mit Lebensmitteln, so selbstverständlich ist es für die EDEKA-Kaufleute auch, sich im Interesse des Gemeinwohls für soziale Zwecke einzusetzen. Gemeinsam mit ihren Teams aus insgesamt rund 5.800 inhabergeführten Märkten engagieren sich Kaufleute in ihren Städten und Gemeinden und unterstützen im gesamten Bundesgebiet Projekte, Vereine sowie karitative und öffentliche Einrichtungen durch Spenden oder tatkräftige Hilfe.

Verantwortung
übernehmen

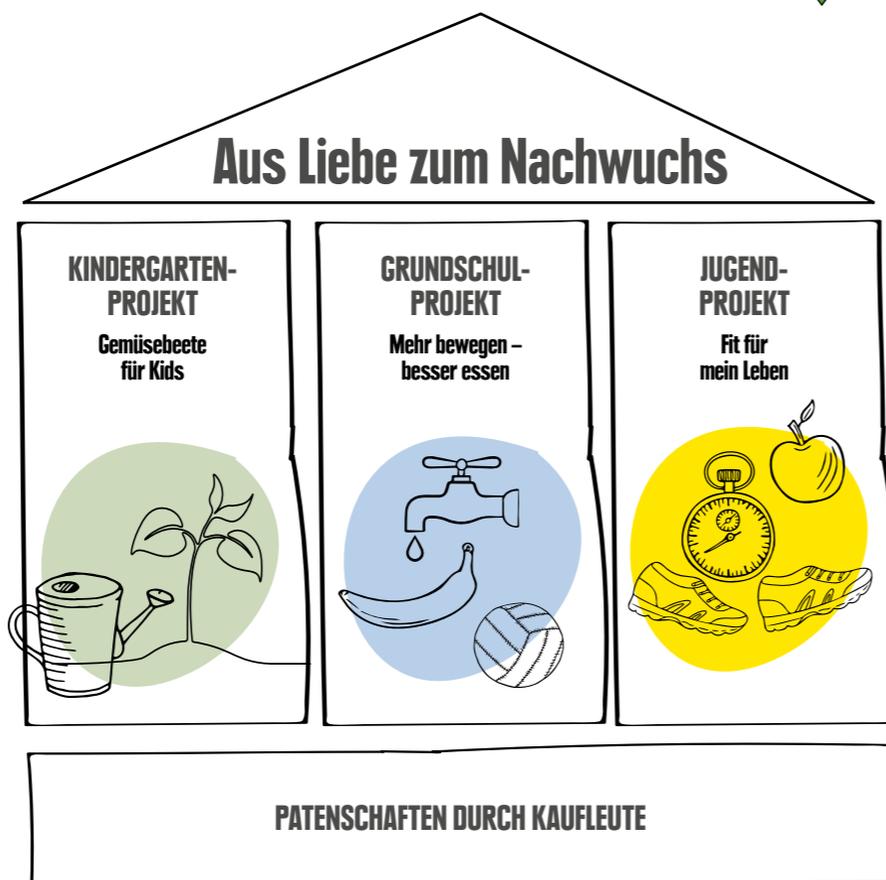


DIE EDEKA STIFTUNG



Die EDEKA Stiftung unterstützt seit 2008 mit ihrer Initiative „Aus Liebe zum Nachwuchs“ und den mittlerweile drei erfolgreichen Nachhaltigkeitsprojekten die Ernährungs- und Bewegungsbildung von Kindern und Jugendlichen in ganz Deutschland.

Sie vermittelt Kindergartenkindern sowie Schülern auf altersgerechte und erlebnisorientierte Art und Weise die Bedeutung einer ausgewogenen Ernährung, fördert den bewussten Umgang mit der Umwelt und motiviert Kinder und Jugendliche, Sport zu treiben. Darüber hinaus widmet sich die EDEKA Stiftung bereits seit ihrer Gründung in den 1950er-Jahren gemeinnützigen Zwecken und unterstützt unter anderem bedürftige Menschen und Einrichtungen mit einmaligen, aber auch laufenden Zahlungen.



Gemüsebeete für Kids

Bei diesem Projekt, das die EDEKA Stiftung 2008 für Vorschüler in Kindergärten und -tagesstätten ins Leben gerufen hat, werden die Kinder selbst zu Gärtnern: Gemeinsam mit einem geschulten Team der EDEKA Stiftung und dem EDEKA-Paten legen sie ein Gemüsehochbeet an. Dazu erhalten sie Setzlinge, Pflanzensamen, Schürzen und Gießkannen sowie Lernmaterialien. Mit allen Sinnen lernen die Kinder so spielerisch, woher das Gemüse kommt und was die Pflanzen zum Wachsen benötigen, bis sie als Lebensmittel zubereitet werden.



„Die Kinder probieren Gemüsesorten, die sie vorher nicht gekostet hätten.“

Ines Neitzel, Kindergarten Märchenhaus, Nordhausen

Weitere Informationen unter:
www.verbund.edeka/edeka-stiftung



Mehr bewegen – besser essen

Unter dem Motto „Mehr bewegen – besser essen“ bietet die EDEKA Stiftung seit 2013 Projekttag zu den Themen Ernährung, Bewegung und Verantwortung für Dritt- und Viertklässler in Grundschulen an. Die Inhalte der Projekttag wurden gemeinsam mit Grundschullehrern, Ärzten, Sportwissenschaftlern und den EDEKA-Ernährungsspezialisten entwickelt. Auf diese Weise sollen die Grundschüler ermuntert und befähigt werden, auf sich selbst und auf eine abwechslungsreiche Ernährung zu achten und Verantwortungsgefühl für sich und die Umwelt zu entwickeln.

„Gesunde Ernährung ist gerade im Kindesalter sehr wichtig und prägend für das weitere Leben.“

Lehrkraft, Bachschule Neunkirchen

„Die Kinder haben großen Spaß. Es werden sehr unterschiedliche Schwerpunkte thematisiert. Sie sind tatsächlich sensibilisiert für das Thema gesunde Ernährung und deren Bedeutung.“

Annette Bürchenmeyer, staatliche Grundschule „Friedrich Buschmann“, Friedrichroda



Fit für mein Leben

Seit 2016 motiviert das Jugendprojekt der EDEKA Stiftung 7.- und 8.-Klässler, sich mit ausgewogener Ernährung, Sport und verantwortungsvollem Umgang mit Ressourcen zu befassen. Den Schülerinnen und Schülern wird am Projekttag das nötige Wissen über Ernährung, Bewegung und verantwortungsvolles Handeln vermittelt. So werden den Jugendlichen verschiedene Optionen aufgezeigt. Aus diesen sollen sie individuelle Handlungsmöglichkeiten erkennen und selbst entscheiden, denn „Ich hab es in der Hand“ ist der Leitgedanke des Projekts.

„Die Schüler sind aktiv einbezogen. Alle Sinne werden angesprochen. Ein junges Team vertritt die Inhalte.“

Christl Sander, Mittelschule Karlstadt



Starke Patenschaften

Vor Ort unterstützen die EDEKA-Kaufleute aus den verschiedenen Regionen durch Patenschaften für eine oder mehrere Betreuungseinrichtungen bzw. Schulen die erfolgreichen Projekte der EDEKA Stiftung. Jährlich engagieren sich zahlreiche selbstständige EDEKA-Einzelhändlerinnen und Einzelhändler mit unermüdlicher Tatkraft und großem Verantwortungssinn im Rahmen der Projekte.



WIR SIND

IN FORM

Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung

Alle Projekte wurden für ihr besonderes Engagement im Bereich Ernährungsbildung und Bewegungsförderung mit „Wir sind IN FORM“ ausgezeichnet. Sie sind damit Teil des Nationalen Aktionsplans „IN FORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung“, der von den Bundesministerien für Ernährung und Landwirtschaft sowie für Gesundheit getragen wird.



GELEBTE INTEGRATION

Perspektiven schaffen und Initiative fördern – das bringt die Menschen bei EDEKA zusammen.

Im mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbund arbeiten Menschen unterschiedlichster Herkunft zusammen, die hier Anerkennung, Wertschätzung und Förderung erfahren – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung. Denn für EDEKA kommt es nicht auf die Herkunft an, sondern auf Engagement, soziale Kompetenz und die Lust auf Bildung, so dass die Stärken jedes Einzelnen zum Tragen kommen können.



Mit gutem Beispiel vorangehen

- Das Projekt „Geflüchtete junge Menschen in Ausbildung bei EDEKA“ ist 2016 gestartet
- Kooperationspartner ist das Berufsbildungswerk Hamburg
- 49 jungen Geflüchteten konnte bisher ein Ausbildungsplatz vermittelt werden
- Ausbildung als: Verkäufer, Fachlagerist, Kaufmann Büromanagement oder Groß- und Außenhandel, Fachinformatiker Systemintegration, Koch

Initiative zeigen

Zahlreiche selbstständige Kaufleute, Regionalgesellschaften und die EDEKA-Zentrale engagieren sich aktiv für die berufliche und gesellschaftliche Integration von Flüchtlingen. Um ihnen eine langfristige Perspektive zu ermöglichen, bieten EDEKA-Kaufleute jährlich Praktika, Ausbildungsplätze und Anstellungen an.

Im Rahmen des Projekts „Geflüchtete junge Menschen in Ausbildung bei EDEKA“ stellt der Verbund darüber hinaus jährlich Schutzsuchende im Großraum Hamburg als Auszubildende ein.

Für die Einstellung dieser neuen Auszubildenden hat EDEKA ein Netzwerk mit einigen engagierten Kaufleuten, der Regionalgesellschaft Nord und der EDEKA-Zentrale mit ihren Logistikstandorten sowie dem Berufsbildungswerk Hamburg gebildet. Das Berufsbildungswerk übernimmt für EDEKA die Information und Kontaktaufnahme zu möglichen Interessenten, hält Kontakt zu den Integrationsklassen, Flüchtlingsinitiativen, der Arbeitsagentur und Kammern sowie der Ausländer- und Schulbehörde.

Darüber hinaus engagierte sich EDEKA bei „Wir zusammen“, einer Initiative der deutschen Wirtschaft.



Geh Deinen Weg

Seit 2012 unterstützt EDEKA als Partner der Deutschlandstiftung Integration das unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel stehende Stipendienprogramm GEH DEINEN WEG. Die Initiative für junge Menschen mit Zuwanderungsgeschichte sorgt für Chancengleichheit und fördert junge Talente auf ihrem Ausbildungsweg. Hier werden sie ermutigt, mit kreativen Ideen Verantwort-

ung für unsere Gesellschaft zu übernehmen, und erhalten erstklassige Seminarangebote sowie individuelle Coachings. Zusätzlich stehen den Stipendiaten über einen Zeitraum von zwei Jahren Mentoren unterschiedlicher Branchen als erfahrene Ansprechpartner zur Seite. Die Zusammenarbeit setzt ein beispielhaftes Zeichen dafür, wie Integration speziell von jungen Menschen gelebt werden kann.

Ein Zeichen setzen

- EDEKA ist seit 2012 Unterstützer der Initiative GEH DEINEN WEG
- Insgesamt nehmen pro Jahr 100 Stipendiaten für eine Förderdauer von zwei Jahren an dem Programm teil
- EDEKA vergibt davon jährlich 10 Stipendienplätze an junge Mitarbeiter mit Zuwanderungsgeschichte

- 20 Kaufleute und Führungskräfte aus dem EDEKA-Verbund engagieren sich jährlich als Mentoren
- Als Partner der Deutschlandstiftung Integration ist EDEKA auf politischen und kulturellen Großveranstaltungen vor Ort, zum Beispiel dem Festakt zu 70 Jahren Grundgesetz oder dem 10-jährigen Jubiläum der Stiftung

Weitere Informationen unter:

www.verbund.edeka/geh-deinen-weg





GUTE NACHBARSCHAFT LIEGT UNS AM HERZEN

Die EDEKA-Kaufleute führen ihre Märkte meist in familiärer Tradition und bereits in zweiter oder dritter Generation. Sie sind fest in der Nachbarschaft verwurzelt, kennen ihre Kunden und engagieren sich im Interesse des Gemeinwohls in ihren Nachbarschaften, zum Beispiel für umliegende Kitas und Schulen, soziale Einrichtungen und örtliche Vereine. Gemeinsam mit den sieben regionalen Großhandelsbetrieben und der EDEKA-Zentrale setzen sie sich auch im

Rahmen überregionaler Projekte für stabile gesellschaftliche Strukturen ein. Deshalb beteiligt sich EDEKA seit 2018 als Partner der nebenan.de-Stiftung für lebendige Nachbarschaften in Deutschland. Dabei geht es um die Förderung und Stärkung des nachbarschaftlich-gesellschaftlichen Engagements. Denn 60 Prozent der Deutschen wünschen sich laut einer aktuellen repräsentativen Umfrage von infratest dimap einen besseren Kontakt zu ihren Nachbarn.

**TAG
DER
NACHBARN**



ZUSAMMEN MIT DEN TAFELN

Viele der rund 3.700 EDEKA-Kaufleute setzen sich bundesweit für die lokalen Tafel-Initiativen ein und spenden Lebensmittel für den guten Zweck. Damit gehören sie zu den aktivsten Förderern der Tafel-Bewegung und unterstützen gemeinsam mit den EDEKA-Großhandelsbetrieben sowie der EDEKA-Zentrale bedürftige Menschen.

Aktionen

Seit 2013 unterstützt beispielsweise die EDEKA Südwest die Tafeln jährlich mit einer großen Aktion: Kunden können für 5 Euro eine Tafel-Tüte kaufen und diese im EDEKA-Markt spenden.

Beispielhaft

Nach gemeinsam festgelegten Qualitätskriterien spenden sowohl die Mehrheit der EDEKA-Märkte als auch alle Warenlager der EDEKA Mindenhannover nicht mehr verkaufsfähige, aber noch verzehrfähige Ware an die Tafel-Organisationen.

Spenden

Darüber hinaus setzen immer mehr Kaufleute die sogenannten Pfand-Spendenboxen in ihren Märkten ein: Kunden können ihre Pfandbons spenden und damit die Arbeit der Tafeln oder anderer karitativer Einrichtungen fördern.

Michael Pröck/Tafel Deutschland e.V.



Digitalisierung

EDEKA unterstützt die Tafel bei ihrem Projekt „Tafel macht Zukunft – gemeinsam digital“. Ziel ist es, eine digitale Plattform zur Weitergabe von Lebensmitteln zu schaffen und so Spender und Empfänger besser zu vernetzen.

Tag der Nachbarn

Am „Tag der Nachbarn“ feiern Menschen im ganzen Land lokale Feste mit dem Ziel, den nachbarschaftlichen Austausch zu verbessern und zu stärken. Im Jahr 2018 wurde dieser Tag von der nebenan.de-Stiftung erstmals in Deutschland ins Leben gerufen, und EDEKA ist als Partner von Anfang an dabei. Deutschlandweit kamen so am Tag der Nachbarn im Mai 2019 insgesamt 2.767 Feste zusammen – mehr als doppelt so viele wie im Vorjahr. Weitere Informationen zum Tag der Nachbarn unter: www.edeka.de/tagdernachbarn

Nachbarschaftspreis

Darüber hinaus unterstützen die EDEKA-Zentrale und die EDEKA Stiftung die nebenan.de-Stiftung auch bei der Ausrichtung und Verleihung des Deutschen Nachbarschaftspreises. Er ist insgesamt mit über 50.000 Euro dotiert und hat zum Ziel, lokale Initiativen oder Projekte zu würdigen, die sich in ihrer Nachbarschaft für ein offenes und demokratisches Miteinander einsetzen und zum Gemeinwohl beitragen. Im Start-Jahr 2017 wurden erstmalig 16 Landesieger und drei Bundessieger geehrt.

Inklusion auf allen Ebenen

Inklusion gewinnt innerhalb der deutschen Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Viele selbstständige Kaufleute im EDEKA-Verband fördern aus tiefer Überzeugung das Miteinander von Menschen mit ganz unterschiedlichen Begabungen und Talenten. Mit individuellen Konzepten setzen sie sich dafür ein, Menschen mit Behinderung ins tägliche Leben sowie den Arbeitsalltag einzubeziehen.

Das bedeutet auch, dass der alltägliche Einkauf für alle Kunden unbeschwerlich und barrierearm möglich ist. Ganz gleich, ob für Eltern mit Kinderwagen, Menschen im Roll-



stuhl oder Senioren. Deshalb hat der Handelsverband Deutschland (HDE) gemeinsam mit Partnern aus den Bereichen Politik, Handelsunternehmen, und Senioren- und Verbraucherorganisationen das Thema Generationenfreundlichkeit in den Fokus gerückt. Das bundesweite Qualitätszeichen „Generationsfreundliches Einkaufen“ zeichnet aktuell ca. 1.450 EDEKA-Märkte aus.

Für mehr Menschlichkeit

Inklusion bedeutet auch, geeignete Arbeitsplätze zu schaffen, damit Menschen mit Behinderung Sicherheit gewinnen und langfristig planen können. Ein Konzept, das zum Beispiel CAP-Märkte nutzen. CAP ist eine Abkürzung für Handicap: Hier ist Inklusion keine Vision von morgen, sondern Realität. Die EDEKA Südwest unterstützt dieses erfolgreiche Projekt. Unter anderem haben die Azubis die Möglichkeit, in CAP-Märkten zu hospitieren und so mehr Sensibilität für gelebte Inklusion zu schaffen.

www.cap-markt.de



Förderung der Selbstständigkeit



Integrität und Gesetzestreue

