



**Weltwassertag am 22. März:**

## **EDEKA-Verbund und WWF bauen Süßwasserschutz aus**

- **EDEKA-Verbund setzt auf ein systematisches Wassermanagement**
- **Wasserrisiko-Analyse: Enge Zusammenarbeit mit Lieferanten**

**Hamburg, 21.03.2018. Nicht nur zum Weltwassertag am 22. März: Süßwasser ist eines der zentralen Themen des EDEKA-Verbundes auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit. Denn Süßwasser steckt in jedem Produkt. Doch es ist knapp, stark beansprucht und weltweit ungleich verteilt. Unterstützt durch WWF als Partner für Nachhaltigkeit etablieren EDEKA und Netto Marken-Discount daher zum Schutz der Ressource Süßwasser ein systematisches Wassermanagementsystem, das eine nachhaltigere Wassernutzung in den eigenen Lieferketten durchsetzt.**

Ziel ist es, die Wasserrisiken in der Lieferkette so transparent wie möglich zu machen und sie systematisch zu reduzieren. Beginnend mit den Eigenmarken arbeitet EDEKA kontinuierlich daran, eine nachhaltigere Wassernutzung in der Lieferkette durchzusetzen. Derzeit geht das neu entwickelte Wasserrisiko-Tool im Bereich Obst- und Gemüse bei EDEKA und Netto Marken-Discount in die Anwendung. Danach wird es schrittweise auf weitere Eigenmarkenbereiche ausgeweitet. Mit dem webbasierten Tool können Lieferanten weltweit in wenigen Schritten Wasserrisiken – zum Beispiel Wassermangel oder Wasserverschmutzung – in der Rohstoffherzeugung identifizieren, Werkzeuge zur Reduzierung von Risiken, wie Standards und Trainings, erhalten und Nachweise über einen verantwortungsvollen Umgang mit Wasser erbringen. „Mit dieser systematischen Vorgehensweise innerhalb der Lieferkette setzen wir im deutschen Lebensmittel-einzelhandel beim Thema Süßwasser ein Zeichen für mehr Verantwortung der Branche“, so Rolf Lange, Leiter Unternehmenskommunikation der EDEKA AG.

Bereits im Vorfeld waren die Wasserrisiken für einen Großteil aller weltweit für EDEKA hergestellten Produkte in einer ersten Stuserhebung manuell ermittelt worden. Darüber hinaus wird auch im Rahmen von gemeinsamen Projekten von EDEKA und WWF das Thema Wasser bearbeitet: Beim Projekt Banane, das den konventionellen Anbau von Bananen schrittweise nachhaltiger macht, ist eine Water-Stewardship-Plattform



zunehmend institutionalisiert: Sie sorgt dafür, dass Wasserrisiken gemeinsam mit anderen Wassernutzern, Behörden und Interessengruppen mit Blick auf das gesamte Flussgebiet bearbeitet werden. EDEKA unterstützt zudem die Süßwasserarbeit des WWF und hat z.B. bei der Neuauflage einer WWF-Studie zu Wasserkriterien in Landwirtschaftsstandards mitgearbeitet, die jetzt auch in deutscher Sprache erhältlich ist.

## **Süßwasser – knapp und begehrt**

- **1%:** Nur 1% des weltweiten Wassers ist für den Menschen zugängliches Süßwasser.
- **x 6:** Der Wasserverbrauch ist seit dem Jahr 1900 um das Sechsfache gestiegen.
- **55%:** Der globale Bedarf nach Wasser wird bis 2050 um 55% steigen.
- **70%:** Die Landwirtschaft ist mit 70% der größte globale Wassernutzer.
- **75%:** Rund drei Viertel der weltweiten Regenfälle erfolgen in Gebieten, in denen nur ca. ein Drittel der Weltbevölkerung lebt.

## **EDEKA und WWF – strategische Partner für Nachhaltigkeit**

Die im Jahr 2009 begonnene Kooperation zum Schutz der Meere und für nachhaltige Fischerei wurde 2012 zu einer umfassenderen und langfristigen Partnerschaft weiterentwickelt. Der WWF berät EDEKA wissenschaftlich fundiert in unterschiedlichen Themen- und Sortimentsbereichen. Schwerpunkte sind Fisch und Meeresfrüchte, Holz/Papier/Tissue, Palmöl/Palmkernöl, Soja/ Nachhaltigere Nutztierfütterung, Süßwasser, Klima, Verpackungen und Beschaffungsmanagement. Zielsetzung ist es, die natürlichen Ressourcen der Erde zu schonen, den ökologischen Fußabdruck von EDEKA Schritt für Schritt deutlich zu verringern und immer mehr Kunden für nachhaltigere Produkte sowie nachhaltigeren Konsum zu begeistern.

## **EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative**

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 4.000 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 dem Schaffen durchgängiger IT-Strukturen oder zur Entwicklung zeitgemäßer Personalentwicklungs- und Qualifizierungskonzepte für den Einzelhandel. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft und rundet so das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2016 mit mehr als 11.200 Märkten und 351.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 49,6 Mrd. Euro. Mit rund 16.600 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.