



WWF Earth Hour: Auch die EDEKA-Zentrale ist dabei!

- **Starkes Zeichen: EDEKA unterstützt WWF-Klimaschutzaktion am 30. März**
- **Stunde der Erde: „Licht aus!“ von 20.30 Uhr bis 21.30 Uhr**

Hamburg, 28. März 2019. Was haben der Rathausmarkt in Hamburg, die Speicherstadt und die Hamburger EDEKA-Zentrale in der City Nord gemeinsam? Erst einmal nicht viel, aber am 30. März heißt es bei allen zwischen 20.30 Uhr und 21.30 Uhr: „Licht aus!“ Auch die Gebäude der EDEKA-Zentrale im New-York-Ring werden eine Stunde lang verdunkelt. Die EDEKA-Zentrale unterstützt damit zum siebten Mal die Klimaschutzaktion Earth Hour von WWF. Denn EDEKA arbeitet daran, klima- und umweltfreundlicher zu handeln, unter anderem seit 10 Jahren in Zusammenarbeit mit dem WWF. Auch die EDEKA-Tochter Netto Marken-Discount beteiligt sich mit ihren bundesweit 20 Niederlassungen und Logistikzentren an der Earth Hour.

Die WWF Earth Hour ist die größte Klimaschutzaktion der Welt, an der jährlich Millionen von Menschen in über 180 Ländern teilnehmen. In Tausenden von Städten wird das Licht an Wahrzeichen und Gebäuden ausgeschaltet – in Hamburg etwa in der Speicherstadt, am Hamburger Rathausmarkt oder am Fischmarkt. Unter dem Motto „Für einen lebendigen Planeten“ will die Aktion anregen, über die „Stunde der Erde“ hinaus immer wieder etwas für Klima und Umwelt zu tun.

Für EDEKA ist Klimaschutz ein wichtiger Aspekt verantwortungsvollen Handelns. Ziel ist es, den ökologischen Fußabdruck von EDEKA zu reduzieren, so durch einen schonenderen Umgang mit Ressourcen wie Energie und den Ausbau des Angebots an umweltverträglicher hergestellten Produkten. In der EDEKA-Zentrale werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter immer wieder durch Mit-Mach-Aktionen und Informationsveranstaltungen sensibilisiert und Verbesserungsvorschläge, wie die Optimierung der Beleuchtung, umgesetzt.

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 3.800 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 2017 mit rund 11.430 Märkten und 369.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 51,9 Mrd. Euro. Mit rund 17.150 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.