



Presseinformation

Für mehr Nachhaltigkeit und Umweltschutz: Gemeinsame Arbeit von budni und WWF zeigt positive Ergebnisse

budni und WWF veröffentlichen ersten Fortschrittsbericht.

- **Klare Leitlinien und Zielsetzungen: budni wird nachhaltiger und stellt sich zukunftsfähig auf**
- **Fortschrittsbericht bestätigt: Erste wichtige Schritte zeigen Wirkung**
- **Verlängerung der Partnerschaft bis 2032 für langfristige Zielsetzungen**

Hamburg, den 19. April 2023. Seit zwei Jahren arbeiten WWF und budni als Teil des EDEKA-Verbands zusammen an mehr Nachhaltigkeit im Sortiment wie auch im Unternehmen. Das gemeinschaftliche Ziel: Die Umwelt und unsere natürlichen Lebensgrundlagen auch für zukünftige Generationen en. Im vergangenen Jahr wurden dazu mit dem Baseline-Bericht die Grundlage und die gemeinsam erarbeiteten Ziele veröffentlicht. Jetzt ist der Fortschrittsbericht erschienen, der erste Erfolge der Zusammenarbeit in Zahlen festhält.

Hunderte Eigenmarkenprodukte im Sortiment von budni wurden in den vergangenen Jahren unter die Lupe genommen und überarbeitet. Immer im Fokus: die übergeordneten Zielsetzungen „Ressourcen- und Materialbewahrung“, „Klimaschutz“, „Süßwasserschutz“ sowie „Erhalt der Biodiversität“. Besonderes Augenmerk wurde auf Produkte mit Holz- und Palm(kern)öl-Bestandteilen gelegt, aber auch übergeordnete Themen wie Verpackungen und Klima wurden berücksichtigt. Viele Produkte, die die entsprechenden Rohstoffe enthalten, wurden bereits auf RSPO-zertifiziertes Palm(kern)öl, MSC-Fisch und FSC-Holz umgestellt. Der Anteil von Recyclingmaterial in den Verpackungen von Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln konnte beachtlich gesteigert werden. Darüber hinaus baut budni sein großes Angebot an Bio-Lebensmitteln weiter aus und motiviert Kund:innen verstärkt zu verantwortungsvolleren Kaufentscheidungen.

„Dies sind wichtige erste Schritte“, sagt Claas Meineke, Geschäftsführer der Budni Handels- und Service Gesellschaft. „Solche Veränderungsprozesse sind nicht immer leicht, jedoch angesichts der Zeit, in der wir leben, alternativlos. Wir sind noch lange nicht am Ziel. Deshalb freuen wir uns umso mehr, dass wir in unserer Partnerschaft für Nachhaltigkeit in den nächsten zehn Jahren gemeinsam daran arbeiten werden, unsere Zukunft lebenswerter zu gestalten. Nur gemeinsam wird es möglich sein, die aktuellen Herausforderungen zu bewältigen und somit die Umwelt und unsere natürlichen Lebensgrundlagen auch für kommende Generationen zu erhalten“

„Wir sehen uns im Bereich Nachhaltigkeit in der Verantwortung, sowohl unsere Kunden zu befähigen, sich am Regal nachhaltiger entscheiden zu können, als auch unseren eigenen ökologischen Fußabdruck immer weiter zu verringern,“ sagt Christoph Wöhlke, Geschäftsführer der Iwan

**BUDNI Handels- und
Service GmbH & Co. KG**

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182

E-Mail:
presse@budniservice.de
budni.de





Budnikowsky GmbH. „Der WWF ist für beide dieser wichtigen Komponenten ein wichtiger Partner, um uns immer wieder in diesen Themen voranzubringen und die Grenzen weiter zu verschieben. So entstehen ständig neue Initiativen, aus denen dann beispielsweise der BUDNI-Wegweiser hervorgegangen ist, der es Kunden auf den ersten Blick ermöglicht eine bessere Entscheidung am Regal zu treffen.“

„Ein Kurswechsel ist alternativlos“, sagt auch Christoph Heinrich, geschäftsführender Vorstand des WWF Deutschland. „Globale Krisen wie die Erderhitzung, das Artensterben oder die Plastikflut sind mittlerweile allgegenwärtig. Trotzdem überschreiten wir die ökologischen Grenzen der Erde und übernutzen permanent die verfügbaren Ressourcen. Doch eine andere Zukunft ist möglich. Deshalb müssen wir jetzt handeln! Der vorliegende Bericht zeigt, dass wir gemeinsam bereits einiges erreichen konnten, um den ökologischen Fußabdruck von budni zu verkleinern und auch die Kund:innen für das Thema zu begeistern.“

Die geschaffenen Grundlagen werden jetzt weiter ausgebaut und zusammen an einer echten Transformation gearbeitet. Bestreben der nächsten Phase ist es, die Partnerschaft weiterzuführen. Dafür haben WWF und budni die mit dem EDEKA-Verbund ausgearbeiteten ambitionierten Ziele um weitere, drogeriespezifische Aspekte ergänzt und diese vertraglich verankert. In der Zusammenarbeit wird zukünftig noch stärker darauf geachtet, eine möglichst große Wirkung im Unternehmen, entlang der Lieferketten und beim Einkaufsverhalten zu erzielen.

Den budni-Fortschrittsbericht 2022 finden Sie [hier](#).

Über BUDNI

Mit mehr als 190 Filialen und rund 1.950 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist BUDNI vor allem im Großraum Hamburg Marktführer unter den Drogeriemarktunternehmen. BUDNI gehört seit Jahren zu den beliebtesten Drogeriemärkten und den besten Arbeitgebern der Metropolregion. Gemeinsam mit seinem Partner EDEKA expandiert das Unternehmen inzwischen auch in anderen Regionen Deutschlands. BUDNI kann aus dem breitesten Sortiment im Branchenvergleich schöpfen. Aus den 25.000 Artikeln seines Sortiments schneidert BUDNI die Sortimente jeder Filiale passend auf die Menschen im Viertel zu. BUDNI bietet seinen Kundinnen und Kunden ein nachbarschaftliches Lebensgefühl und besten Service mit freundlichen und kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Mit der Budnianer Hilfe e.V. engagiert sich BUDNI in der Nachbarschaft der Filialen für Kinder und Jugendliche und setzt sich beim Sortiment, der Warenlieferung und dem Betrieb der Filialen für Nachhaltigkeit ein. Auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit wird BUDNI von einem starken Partner begleitet: der unabhängigen Naturschutzorganisation WWF (World Wide Fund for Nature). BUDNI setzt sich so neue Maßstäbe bei der Verringerung seines ökologischen Fußabdrucks und gleichzeitig ein starkes Zeichen im deutschen Drogeriemarkt.

**BUDNI Handels- und
Service GmbH & Co. KG**

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182

E-Mail:
presse@budniservice.de
budni.de

