



PARTNER ZUM
SCHUTZ
DER UMWELT.

Netto
Marken-Discount

FORTSCHRITTSBERICHT 2020

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

- 1.1 Einleitung
- 1.2 Die UN-Nachhaltigkeitsziele
- 1.3 Die Ermittlung des Fortschritts
- 1.4 Die Fortschritte im Überblick
- 1.5 Systematik der Bewertung

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser
- 2.7 Verpackungen

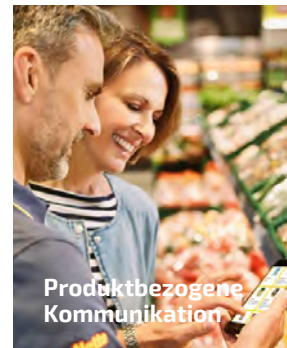
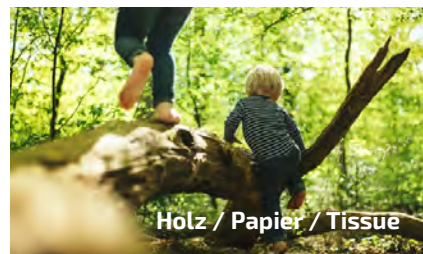
3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange und Mandarine

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

- 4.1 Status Co-Branding
- 4.2 Projekt-Branding

5 GLOSSAR & VERMERK



Inhalt



ANSPRECHPARTNER

WWF Deutschland
Abteilung Märkte & Unternehmen
Reinhardtstraße 18
10117 Berlin

Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG
Industriepark Ponholz 1
93142 Maxhütte-Haidhof
E-Mail: nachhaltigkeit@netto-online.de

FSC® N001533

DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

1.1

EINLEITUNG

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

1.1 Einleitung

- 1.2 Die UN-Nachhaltigkeitsziele
- 1.3 Die Ermittlung des Fortschritts
- 1.4 Die Fortschritte im Überblick
- 1.5 Systematik der Bewertung

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

DIE PANDEMIE MACHT EINMAL MEHR DEUTLICH: ES BESTEHT DRINGENDER HANDLUNGSBEDARF

Das Jahr 2020 wird als das Jahr der Corona-Pandemie in die Weltgeschichte eingehen. Deutlicher denn je hat Corona uns vor Augen geführt, dass der zunehmende Verlust der biologischen Vielfalt unsere Gesundheit unmittelbar gefährdet und uns die Lebensgrundlagen entzieht. In einem vitalen Ökosystem bilden Tier- und Pflanzenarten, aber auch Viren oder Bakterien ein Gleichgewicht. Gerät es aus der Balance, haben Krankheitserreger leichtes Spiel und springen vom Tier immer häufiger auf den Menschen über.¹ Der Mensch ist es auch, der die Zerstörung vielfältiger Lebensräume zu verantworten hat. In einem nie dagewesenen Ausmaß übernutzen wir die Erde. Globale Entwaldung, klimaschädliche Emissionen, Eingriffe in die wertvollen Süßwasserressourcen

der Erde, Kontamination von Böden und Übersäuerung von Meeren, die immer intensivere Land-, Forst- und Fischereiwirtschaft, ein steigendes Aufkommen von Verpackungsmüll und Pestiziden – all das sorgt für zunehmend instabile Ökosysteme mit weitreichenden Folgen für unser Leben. Corona, so schätzen Expertinnen und Experten, wird nicht die letzte Pandemie sein, die die Welt in Atem hält. Wir müssen umsteuern und in eine Zukunft lenken, in der ökologische und soziale Kriterien in nationalen Gesetzen und globalen Übereinkommen das Gewicht erhalten, das ihrer Bedeutung gerecht wird. Das Klimaziel von Paris und die Nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen sind der Auftrag, den wir gemeinsam erfüllen müssen, um die Artenvielfalt – und uns selbst – zu schützen. Staaten müssen handeln, aber auch die Zivilgesellschaft und Unternehmen können und müssen zum Besseren beitragen.

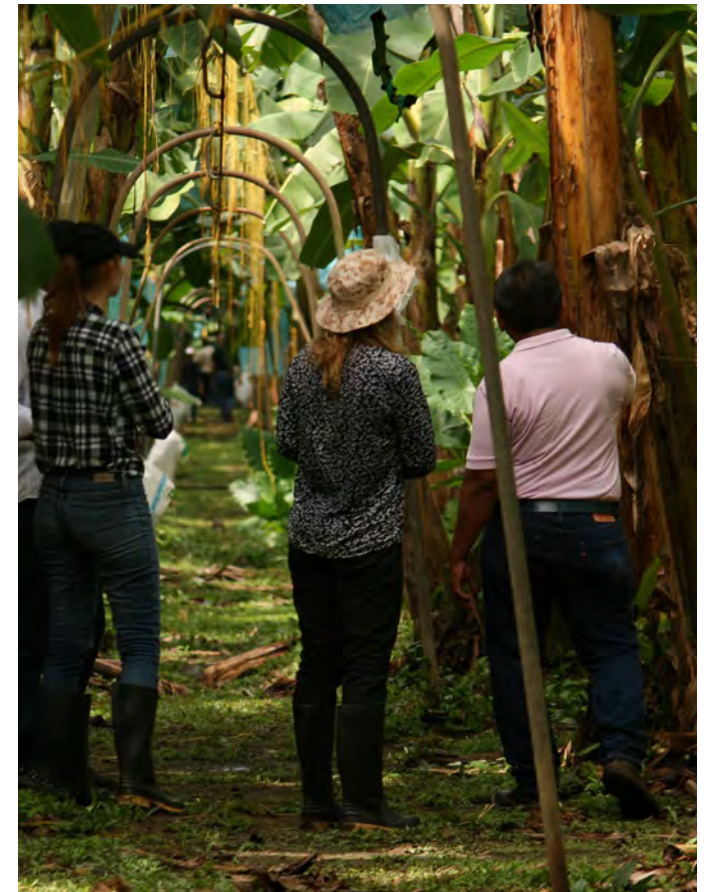


Foto: Dennis Ünver / WWF Deutschland

¹ Vgl. hierzu auch das „Hintergrundpapier Umweltzerstörung und Gesundheit“ des WWF unter https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF-Hintergrundpapier_Umweltzerstoerung_und_Gesundheit.pdf

1.1

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

1.1 Einleitung

- 1.2 Die UN-Nachhaltigkeitsziele
- 1.3 Die Ermittlung des Fortschritts
- 1.4 Die Fortschritte im Überblick
- 1.5 Systematik der Bewertung

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

PARTNERSCHAFT ALS VORBILD FÜR VERANTWORTUNG

Seit 2015 unterstützt Netto Marken-Discount (nachfolgend „Netto“) die Ziele der seit 2012 bestehenden strategischen Partnerschaft für Nachhaltigkeit zwischen der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG (nachfolgend „EDEKA“) und der Umweltschutzorganisation WWF und hat damit auch Verantwortung übernommen. Das Bündnis reicht vom Produkt im Regal bis zurück zum Anbau und schließt alle Glieder der Lieferkette ein. Heute arbeiten Netto – der drittgrößte Lebensmitteldiscounter Deutschlands – und der WWF als eine der größten Umweltschutzorganisationen der Welt gemeinsam daran, dass Holz, Wasser, Energie und Verpackungen sparsam und umsichtig eingesetzt werden und dass Böden und Ozeane gesünder werden.

Die ambitionierten Nachhaltigen Entwicklungsziele der UN (Sustainable

Development Goals, SDGs) setzen den Rahmen für die Partnerschaft. Der Panda des WWF motiviert wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden dazu, einen Beitrag zu einem kleineren ökologischen Fußabdruck zu leisten. Das Panda-Logo findet sich auf Netto-Eigenmarkenprodukten, die vom WWF anerkannte ökologische Standards erfüllen und entsprechend durch unabhängige Prüforganisationen zertifiziert sind. Rund 2.500 Eigenmarkenprodukte, die Netto anbietet, werden systematisch unter acht Gesichtspunkten überarbeitet: [Fisch und Meeresfrüchte](#), [Holz](#), [Papier und Tissue](#), [Palmöl](#), [Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung](#), [Klima](#), [Süßwasser](#), [Verpackungen](#) und Beschaffungsmanagement für kritische Agrarrohstoffe lauten die Themenfelder der Kooperation. Der vorliegende Bericht informiert zu allen Themenfeldern, in denen Kennzahlen erhoben werden sowie in dem Bereich Klimaschutz. Dazu gehört die

Arbeit in den Lieferketten, aber auch das Engagement in Gremien wie dem Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP). Ergänzt werden diese um ein eigenes Anbauprojekt für eine bessere Orange und Mandarine.

ALLE THEMEN ZAHLEN AUF DIE VIER GROSSEN HERAUSFORDERUNGEN EIN

Jeder dieser Schwerpunkte ist mit Zielen hinterlegt und zählt auf die vier großen Herausforderungen unserer Zeit ein: den Schutz der Biodiversität, des Klimas, des Süßwassers und der Ressourcen. Die jährlichen Fortschrittsberichte vermitteln die hohen und wachsenden Ansprüche, die die Partner an sich selbst stellen. Sie machen auch transparent, vor welchen Hürden sie mit ihrem weltweiten Engagement nicht selten stehen. Corona hat uns in Atem gehalten, ja, aber auch zum Nachdenken bewegt. Wir können nicht so weitermachen wie bisher. Wir müssen einen grund-

legend neuen Kurs zur nachhaltigen Nutzung und zum Erhalt unserer natürlichen Ressourcen einschlagen. Deshalb werden Netto und der WWF ihre Zusammenarbeit fortsetzen, um einen deutlichen Beitrag zu leisten. Gerade jetzt kommt es darauf an, Verantwortung zu übernehmen und mit der strategischen und transformativen Partnerschaft eine Vorbildrolle einzunehmen, die anderen Mut zum Engagement macht.

MEHR ÜBER DIE STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT ZWISCHEN NETTO UND WWF UNTER:

www.netto-online.de/wwf
www.wwf.de/netto

1.2

DIE UN-NACHHALTIGKEITSZIELE

Mit ihrer Partnerschaft für Nachhaltigkeit leisten der WWF und Netto seit fünf Jahren gemeinsam einen Beitrag zur Erreichung der globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen. Auf bislang acht Themenfeldern sowie im Rahmen eines landwirtschaftlichen Projekts arbeiten die unabhängige Naturschutzorganisation und der Lebensmitteleinzelhändler Netto beispielhaft zusammen.

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

1.1 Einleitung

1.2 Die UN-Nachhaltigkeitsziele

1.3 Die Ermittlung des Fortschritts

1.4 Die Fortschritte im Überblick

1.5 Systematik der Bewertung

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

LEBEN AN LAND

Die Stärkung von Zertifizierungssystemen in den Segmenten Waldwirtschaft, Süßwasser und landwirtschaftliche Produktion, die nachhaltig gestalteten Lieferketten sowie die Arbeit in den Feldprojekten schützen Landökosysteme.

PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

Die strategische Partnerschaft wirkt transformativ und setzt ökologische Impulse, die über die konkrete Zusammenarbeit hinausreichen.

KEIN HUNGER

Im Zitrusprojekt erproben die Partner landwirtschaftliche Methoden, die die Nahrungsmittelproduktion sicherstellen und zum Erhalt der Ökosysteme beitragen.

LEBEN UNTER WASSER

Bestandserhaltende Fischerei und der Schutz gefährdeter Arten tragen zur schonenden Nutzung der Meeresressourcen bei.

MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

Netto hat das Ziel, seine Emissionen bis 2020 um 30 % und bis 2025 um 50 % im Vergleich zum Basisjahr 2011 zu reduzieren.

NACHHALTIGER KONSUM UND VERANTWORTUNGSVOLLE PRODUKTION

Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden am Produkt und im Markt sowie Verbesserungen in der Lieferkette (bspw. durch den Einsatz von Zertifizierungssystemen) fördern nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster.



GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN

Die Partnerschaft fördert durch Zertifizierungssysteme und das Zitrusprojekt eine nachhaltige Landwirtschaft, die sich positiv auf die Qualität von Boden, Wasser und Luft auswirkt.

SAUBERES WASSER UND SANITÄREINRICHTUNGEN

Im Bereich Süßwasser werden Systeme wie der AWS-Standard eingeführt: Gezielte Maßnahmen schützen Süßwasser-ökosysteme, indem sie Wasser sparen, die Wasserqualität verbessern, Trinkwasser- und Sanitärversorgung sicherstellen und ein nachhaltiges Wasserressourcenmanagement in den Flussgebieten stärken.

BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE

Netto erhöht sukzessive den Anteil an erneuerbaren Energien, bspw. durch Stromerzeugung aus Photovoltaik an den eigenen Standorten.

MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM

Die Stärkung und der Einsatz von Zertifizierungssystemen unterstützt nachhaltiges Wirtschaftswachstum und fördert menschenwürdige Arbeitsbedingungen.

1.3

DIE ERMITTLUNG DES FORTSCHRITTS

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

1.1 Einleitung

1.2 Die UN-Nachhaltigkeitsziele

1.3 Die Ermittlung des Fortschritts

1.4 Die Fortschritte im Überblick

1.5 Systematik der Bewertung

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Die Zusammenarbeit zwischen Netto und WWF basiert auf verbindlich vereinbarten Zielen, deren Umsetzungsstand jährlich zum 30.06. im Rahmen eines Monitorings erfasst und dokumentiert wird. Jeder Fortschrittsbericht vergleicht die aktuellen Daten mit den Vorjahresergebnissen und stellt so den Grad der Zielerreichung

dar. Darüber hinaus wird ein Vergleich mit der Ausgangssituation, der „Baseline“, angestellt. Dabei variiert das Jahr der Basiserhebung in Abhängigkeit der Aufnahme der einzelnen Themenfelder in das Kennzahlenmonitoring. Diese Entwicklungen gehen in die entsprechenden Datentabellen und den Statustext ein. Die Ergebnisse des

vorliegenden Berichts fassen die Fortschritte aus dem Zeitraum 01.07.2019 bis 30.06.2020 zusammen.

Bei den quantitativen Zielen wird ermittelt, wie viele Netto-Eigenmarkenprodukte oder Artikelmenen Netto auf nachhaltigere Alternativen umgestellt hat. Dazu zählen in allen Themenfeldern (bis auf Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung und Süßwasser) neben den Eigenmarkenprodukten auch Aktionsartikel, die zum Stichtag in der Warenauszugsliste enthalten waren. Die Themenfelder Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung sowie Süßwasser stellen eine Ausnahme im Monitoring dar, weil hier Warenumsatzmengen (in Kilogramm) bzw. Absatzmengen anstelle von Artikelanzahl zur Ermittlung herangezogen werden. Im Themenfeld Süßwasser wird die Risikoreduktion ermittelt, die die Lieferanten anhand von Zertifizierungen oder durchgeführten Workshops nachweisen müssen. Darüber hinaus erfasst und dokumentiert der WWF Informationen aus dem Bereich der produktbezogenen Kommunikation beim sogenannten Co-Branding. Nicht zuletzt werden

im Themenschwerpunkt Klima die Ergebnisse der gemeinsamen Arbeit veröffentlicht.

Die Prüfung der Ergebnisse erfolgt stichprobenhaft auf Basis unterschiedlicher Belege wie Vertragsunterlagen oder Mengenmeldungen. Durch leitfadengestützte Interviews über Erfolge, Erfahrungen und Herausforderungen im Umstellungsprozess lassen sich die Ergebnisse besser einordnen und bewerten.

Im Rahmen der Fortschrittsberichterstattung erhebt der WWF Daten und wertet diese aus. Ein unabhängiger Wirtschaftsprüfer prüft ausgewählte quantitative Angaben. Die Aufgabe des Prüfers ist es, die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass bei kritischer Würdigung mit einer begrenzten Sicherheit ausgeschlossen werden kann, dass die ausgewählten quantitativen Angaben in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den gewählten GRI-Kriterien Genauigkeit, Ausgewogenheit, Verständlichkeit, Vergleichbarkeit, Zuverlässigkeit und Aktualität aufgestellt worden sind.²



Foto: Christian Schmidt

² Angelehnt an die Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI).

1.4

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

- 1.1 Einleitung
- 1.2 Die UN-Nachhaltigkeitsziele
- 1.3 Die Ermittlung des Fortschritts
- 1.4 Die Fortschritte im Überblick**
- 1.5 Systematik der Bewertung

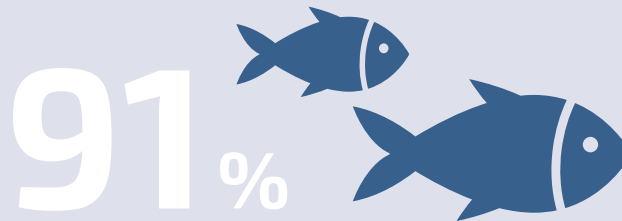
2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

DIE FORTSCHRITTE IM ÜBERBLICK



**der Fisch- und Meeresfrüchte in
Eigenmarkenprodukten stammen
bereits aus nachhaltigeren Quellen.**

Das Engagement im [Fisch- und Meeresfrüchtesortiment](#) zahlt sich aus: Das Monitoring 2020 hat gezeigt, dass mittlerweile 91 Prozent der Eigenmarkenprodukte auf nachhaltigere Quellen umgestellt wurden. Besondere Fortschritte wurden im Wildfischbereich erzielt, in welchem aktuell 92 Prozent der Produkte aus der Kategorie „Gute Wahl“ stammen – das ist eine Steigerung um neun Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Darüber hinaus konnte Netto das Sortiment an Thunfischkonserven vollständig auf MSC-zertifizierte Ware umstellen.

Übergreifendes Ziel im bereits seit Jahren erfolgreichen Themenfeld [Holz, Papier und Tissue](#) ist die weitere Erhöhung des Recyclinganteils.

Fortschritte sind insbesondere bei den Papier-, Büro- und Schreibwaren zu verzeichnen: Mit etwa 32 Prozent ist der Anteil an Recyclingprodukten seit dem vergangenen Monitoring um mehr als 18 Prozentpunkte gestiegen. Im Obst- und Gemüsebereich wurde der Bezug aus nachhaltigen Quellen



**der Etiketten auf Eigenmarken sind
bereits FSC®-zertifiziert.**

für alle Verpackungen aus Papier und Pappe erstmals gesondert ermittelt. Der Anteil an Lieferanten, die auf FSC®-zertifiziertes Verpackungsmaterial umgestellt haben, liegt bei über 50 Prozent. Außerdem wurde im diesjährigen Monitoring die Umstellung der Etiketten an Eigenmarkenprodukten auf FSC® erfasst, wobei sich ein Umstellungsgrad von über 81,82 Prozent feststellen ließ.

Eine Weiterentwicklung ist auch im Themenfeld [Palmöl](#) zu verzeichnen: Bei der Umstellung von reinem Palmöl auf RSPO Segregated konnte das hohe Niveau aus dem

Vorjahr mit einem Ergebnis von 96,47 Prozent etwas verbessert werden. Besonders hervorzuheben sind die Fortschritte bei der Umstellung der Palmkernölbestandteile und im Bereich der Derivate und Fraktionen. Mit einem Plus von über 19 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr waren 2019 95,45 Prozent der Bestandteile aus Palmkernöl entsprechend des angestrebten Lieferkettenmodells RSPO Segregated zertifiziert. Bei Derivaten und Fraktionen sind es sogar mehr als 30 Prozentpunkte: 97 Prozent dieser Bestandteile sind in RSPO Segregated- und RSPO Mass Balance-Qualität geliefert worden.



1.4

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

- 1.1 Einleitung
- 1.2 Die UN-Nachhaltigkeitsziele
- 1.3 Die Ermittlung des Fortschritts
- 1.4 Die Fortschritte im Überblick**
- 1.5 Systematik der Bewertung

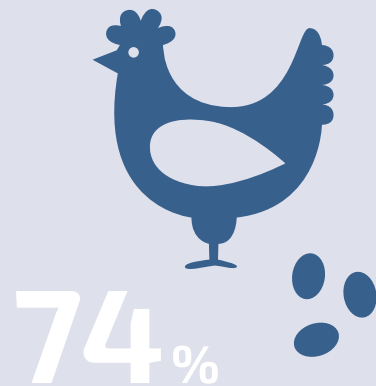
2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

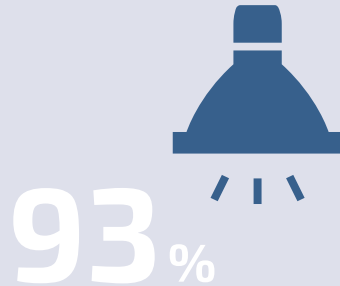
4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Im Themenfeld [Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung](#) zeichnen sich Erfolge beim Startprojekt „Eier aus Bodenhaltung“ der Eigenmarken „Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“ ab. Hier gaben die Lieferanten an, mittlerweile 74 Prozent der Bodenhaltungseier von Hennen aus nachhaltigerer Fütterung zu liefern – eine Steigerung um 21 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Außerdem ist für die Weiße Linie im vergangenen Jahr die GVO-freie Fütterung als Ziel aufgenommen worden. Der Anteil steigt sowohl im Segment Weiße Linie als auch Gelbe Linie kontinuierlich – ein wichtiger Zwischenschritt in Richtung nachhaltigerer Futtermittel.



der Eier aus Bodenhaltung stammen von Hennen aus nachhaltigerer Fütterung.



der Netto-Filialen sind bereits mit LED Beleuchtung ausgestattet.

Auch im Themenfeld [Klimaschutz](#) konnten deutliche Fortschritte erzielt werden: Im Berichtszeitraum wurde die Klimabilanz 2017 fertiggestellt und erfolgreich extern verifiziert. Ein Vergleich mit den Emissionen des Basisjahres 2011 hat gezeigt, dass Netto die Treibhausgasemissionen seitdem deutlich verringern konnte. Dazu haben die Umstellung auf LED-Beleuchtung und moderne Kältetechnik wesentlich beigetragen. Im Jahr 2019 wurden deutschlandweit 105 Netto-Filialen neu eröffnet, 525 modernisiert und 139 Großumbauprojekte verwirklicht. Aktuell sind somit insgesamt 93 Prozent der Filialen mit LED-Beleuchtung und 51 Prozent aller Filialen mit effizienten Tiefkühltruhen ausgestattet. Im Bereich

der Normalkälte sind nun 55 Prozent der Filialen modernisiert. Die Netto-Filialen konnten etwa 10 Prozent der Stromemissionen und etwa 45 Prozent der Emissionen bei Kältemitteln einsparen.

Seit zwei Jahren werden für das [Süßwasser-Monitoring](#) Kennzahlen zur Risikotransparenz und -reduktion ermittelt. Dabei wird einerseits erfasst, wie hoch der Anteil an Netto-Eigenmarkenlieferanten im EDEKA-Wasserrisiko-Tool ist, die Obst und Gemüse aus Ländern mit hohen Wasserrisiken liefern. Dieser Anteil lag im Jahr 2020

bei fast 16 Prozent: ein Anstieg der Risikotransparenz um nahezu 5,8 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Zum anderen lässt sich feststellen, wie hoch der Anteil an Lieferanten ist, die bereits Maßnahmen zur Reduktion von Wasserrisiken umsetzen. Das Ziel ist, in den Risikogebieten Produzentinnen und Produzenten zu identifizieren und gemeinsam mit ihnen an einer Verbesserung zu arbeiten. Eine gemeinsame Dürrestudie hat das Thema in den öffentlichen Fokus gerückt und die Dringlichkeit eines nachhaltigen Wassermanagements verdeutlicht.



mehr Netto-Eigenmarken-Lieferanten als im Vorjahr sind im Wasserrisiko-Tool des Verbunds erfasst worden.

1.4

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT


- 1.1 Einleitung
- 1.2 Die UN-Nachhaltigkeitsziele
- 1.3 Die Ermittlung des Fortschritts
- 1.4 Die Fortschritte im Überblick**
- 1.5 Systematik der Bewertung


2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

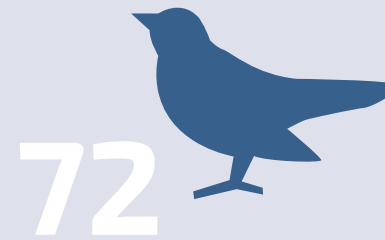
3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK


Bei  **Verpackungen** waren in fast allen Arbeitsbereichen erste Erfolge zu verbuchen. Im Vergleich lag der Anteil von Aluminium bei den relevanten Eigenmarkenverpackungen fast 8 Prozent unter dem Wert des Vorjahres. In der vereinbarten Zielsetzung zum Einsatz von Recyclingmaterial in bepfandeten PET-Getränke-Einwegflaschen wurde die Baseline erhoben. Einige Gebinde enthalten bereits Sekundärmaterial. Bezüglich der Zielsetzung zur Vermeidung von PVC-Bestandteilen in der Verpackung in ausgewählten Artikeln bzw. Artikelgruppen wurden im Monitoring 2020 nur noch 98 Artikel erfasst – 63 Artikel weniger als im Vorjahr. Bei den Knotenbeuteln in der Obst- und Gemüseabteilung ließ sich eine klare Reduktion ermitteln. Im Vergleich zum Vorjahr sank der Verbrauch um fast 15 Prozent. Gemeinsam wird daran gearbeitet, diesen Trend fortzusetzen.

Auch beim landwirtschaftlichen Anbauprojekt, dem  **Zitrusprojekt** in Spanien, waren Fortschritte feststellbar. Seit 2019 sind alle Produzentinnen und Produzenten im Zitrusprojekt verpflichtet, Boden-Feuchtigkeitssonden zu installieren. Die technologische Unterstützung ermöglicht die passgenaue Bewässerung der Zitrusbäume unter Berücksichtigung von Niederschlägen, Außentemperaturen sowie der Bodenbeschaffenheit. Der nachhaltige Pflanzenschutz verzeichnete 2019 im Vergleich zum jeweiligen Jahr vor Projekteinstieg eine Einsparung von knapp 7.300 Liter Pflanzenschutzmitteln. In der Komponente Erhalt und Förderung von biologischer Vielfalt und Ökosystemen belegt das regelmäßige Monitoring nun auch die Präsenz von größeren Tieren auf den Zitrusfarmen: Im Projektjahr 2019 wurden 72 verschiedene Vogelarten, 13 verschiedene Säuge-



verschiedene Vogelarten wurden im Projektjahr 2019 auf den Zitrusfarmen gezählt.

tierspezies sowie 12 verschiedene Reptilien- und Amphibienarten gezählt. Dazu gehören auch seltene und scheue Tiere wie Dachs, Fischotter, Mungo, Gartenschläfer, Mauswiesel oder auch die größte Eidechse Europas, die Perleidechse.

Nicht zuletzt ist die Anzahl an Produkten mit einem  **Co-Branding** im Vergleich zum Vorjahr um 61 Artikel gestiegen. Mittlerweile sind 344 Artikel im Netto-Eigenmarkensortiment, die einen vom WWF anerkannten Höchststandard erfüllen, mit dem WWF-Logo versehen. Im Betrachtungszeitraum nahm die Produktränge um Naturkosmetikartikel sowie einige Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel zu.

Es wird deutlich, dass Netto und WWF auch in diesem Jahr in der Erreichung ihrer Partnerschaftsziele vorangekommen sind. Doch es bleibt noch

viel zu tun. So gilt es im Themenfeld Fisch und Meeresfrüchte weiter an der Umstellung der verbleibenden Sortimentsartikel auf nachhaltigere Quellen zu arbeiten. Außerdem sollen die Recyclinganteile der Papier- und Tissueprodukte weiter gesteigert werden. Im Themenschwerpunkt Palmöl geht es künftig darum, Artikel auf POIG-Ware umzustellen und eine strategische Ausrichtung der Substitution von Palmöl zu erzielen. Auch die Umstellung auf nachhaltigere Fütterung im Themengebiet Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung und die Gründung der Climate Supplier Initiative (CSI) im Arbeitsschwerpunkt Klimaschutz gilt es noch umzusetzen bzw. voranzutreiben. Im Themengebiet Klimaschutz und bei den Obst- und Gemüseverpackungen ist zukünftig ein Monitoring von Kennzahlen zur präzisen Bewertung des Fortschritts geplant.



-15%

weniger Knotenbeutel wurden im Vergleich zum Vorjahr in der Obst- und Gemüseabteilung verbraucht.



Artikel mehr als im Vorjahr erfüllen einen vom WWF anerkannten Höchststandard und tragen nun das WWF-Logo.

1.5

SYSTEMATIK DER BEWERTUNG

Im Fortschrittsbericht werden die Teilziele sowie der bisherige Prozessfortschritt zum Stichtag 30.06. dargestellt. Folgende Bewertungskategorien sind möglich:

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

- 1.1 Einleitung
- 1.2 Die UN-Nachhaltigkeitsziele
- 1.3 Die Ermittlung des Fortschritts
- 1.4 Die Fortschritte im Überblick**
- 1.5 Systematik der Bewertung

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

- ↑ Ziel erreicht
- ↗ Signifikante Verbesserung zum Vorjahr³ / Signifikanter Zielerreichungsgrad⁴
- Ziel in Arbeit / Baseline erstellt
- ↘ Signifikante Verschlechterung, Zielerreichung bedroht⁵
- ↓ Ziel verfehlt⁶

Die Spalte „Ausblick“ gibt eine Einschätzung zur erwarteten Entwicklung bis zum Monitoring 2021 und basiert auf folgender Systematik:

- ↗ Positive Entwicklung erkennbar
- Kontinuierliche Entwicklung erkennbar/keine eindeutige Tendenz erkennbar⁷
- ↘ Negative Entwicklung erkennbar, Zielerreichung nicht absehbar
- ✓ Ziel erreicht

Bereits in den Vorjahren erfüllte Ziele sind mit Verweis auf das Jahr separat unter „Erreichtes“ dargestellt. Hier ist das Niveau konstant geblieben.

³ Verbesserung um mehr als 5 % im Vergleich zum Vorjahresergebnis, wenn die Ziele unverändert geblieben sind.

⁴ Wenn der Zielerreichungsgrad mehr als 95 % beträgt.

⁵ Verschlechterung um mehr als 5 % im Vergleich zum Vorjahresergebnis, wenn die Ziele gleich geblieben sind.

⁶ Wenn ein Ziel erstmals die vereinbarte Deadline verfehlt. In den Folgejahren wird das Ziel bis zur Zielerreichung als „Ziel in Arbeit“ bewertet. Darüber hinaus werden Ziele, deren Erreichung mit einem anderen Ziel verknüpft sind, als „Ziel in Arbeit“ bewertet.

⁷ Der waagerechte Pfeil kann je nach Reifegrad und Teilziel bedeuten, dass bei der Zielverfolgung eine kontinuierliche Entwicklung erwartet wird oder beispielsweise aufgrund struktureller Rahmenbedingungen oder einer Abhängigkeit von Marktentwicklungen derzeit nicht eindeutig bewertet werden kann.



DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

FISCH UND MEERESFRÜCHTE

2.1

FISCH UND MEERESFRÜCHTE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser
- 2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Die Ozeane absorbieren rund ein Drittel der globalen CO₂-Emissionen. Deshalb fördert die Arbeit an der Erhaltung mariner Ökosysteme zugleich den Klimaschutz. Gesunde Fischbestände und ein intaktes ozeanisches Ökosystem sind wichtig, damit Meere Kohlenstoff speichern können. Nachhaltiger Fischfang beruht auf dem Prinzip, nicht mehr Fisch zu entnehmen, als nachwachsen kann. So bleibt der Bestand langfristig erhalten. Fisch hat auch Einfluss auf das Leben an Land, denn immer mehr Fisch stammt aus Aquakulturen. Für den ökologischen Fußabdruck von Fischzuchten ist das Futter entscheidend. Zertifiziertes oder umweltfreundlich hergestelltes Futter trägt zu einem geringen Fußabdruck bei.

Netto und WWF: Gemeinsamer Beitrag zu den SDGs durch die Zusammenarbeit im Themenfeld Fisch und Meeresfrüchte



2.1

FISCH NUR AUS BESTANDS- ERHALTENDER FISCHEREI

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere
Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

MIT DER SORTIMENTS- UMSTELLUNG GEGEN DEN GEFÄHRLICHEN KURS DER PLÜNDERUNG

» Die Europäische Union hatte sich im Rahmen ihrer gemeinsamen Fischereipolitik vorgenommen die Überfischung der europäischen Gewässer bis 2020 zu beenden. Tatsächlich nimmt die Überfischung aber vielerorts zu. In einigen europäischen Gewässern ist die Situation besonders schlimm: Im Mittelmeer und im Schwarzen Meer sind sogar 62,2 Prozent der Bestände als überfischt eingestuft. Auch außerhalb der Europäischen Union tragen europäische Fangschiffe zur Dezimierung des Artenreichtums bei. Die Welternährungsorganisation der Vereinten Nationen hat in ihrem Bericht zur Lage der weltweiten Fischerei und Aquakultur erneut einen Anstieg der globalen Überfischung festgestellt. Ein Drittel aller Fischbestände befindet sich außerhalb sicherer ökologischer Grenzen. Es gibt einen Weg, den gefährlichen Trend umzukehren: Im Verbund mit dem WWF hat Netto sein gesamtes Eigenmarkensortiment auf Produkte aus bestandserhaltender Fischerei umgestellt. Mit Meeresschutz fing die Partnerschaft 2009 an.

FÜR MEERE UND MENSCHEN

» Der Weltklimarat erwartet, dass in einigen Regionen der Welt durch die Erderhitzung bis 2050 bis zu 50 Prozent weniger Fisch für die Fischerei zur Verfügung stehen. Während in kühleren Gegenden wie etwa der Arktis zwar ein Anstieg der möglichen Fangmengen erwartet wird, ist insbesondere in tropischen Breiten von einem starken Rückgang der Bestände auszugehen. Gerade in diesen Regionen sind jedoch besonders viele Menschen unmittelbar von der Fischerei abhängig. Damit ist die Überfischung der Meere ein ökologisches wie soziales Desaster, das Meere, Menschen und ihre Lebenssituation gefährdet. Deshalb hat Netto das Ziel, nur noch Fisch und Meeresfrüchte aus bestandserhaltenden Fischereien und Fischzuchten anzubieten.



Foto: Wolfgang Herr Mardinal / iStock

VERANTWORTUNGSVOLLE FISCHZUCHT

» Der Konsum von Fisch nimmt weltweit zu. Da die Wildbestände maximal ausgeschöpft sind, könnten Fischzuchten in Zukunft einen Beitrag zur Ernährungssicherung leisten. Viele Zuchtfische benötigen jedoch ein Futter mit Wildfischbestandteilen, sodass der Druck auf die Wildbestände wächst. Auch kann Fischzucht, insbesondere wenn sie in natürlichen Gewässern stattfindet, Verursacher für Krankheiten in den Wildbeständen sein. Um dieses für die Eigenmarkenprodukte auszuschließen, hat Netto sein Sortiment von Produkten aus verantwortungsvollen Zuchten in den letzten Jahren stetig ausgebaut. Das Ziel ist die Umstellung auf Quellen, die entweder ASC- oder Bio-zertifiziert, oder im WWF Fischatgeber grün bewertet sind. Diese Standards schreiben eine geringere Besatzdichte und strengere Kontrollen vor, was die Ausbreitung von Krankheiten verhindern kann.

2.1

DIE PARTNERSCHAFTSZIELE IM THEMENFELD FISCH UND MEERESFRÜCHTE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Bis 31.05.2022 wird Netto sein Eigenmarkensortiment von Fisch und Meeresfrüchten vollständig auf nachhaltige Ware umstellen. Zusätzlich wirbt Netto bei Lieferanten von Markenprodukten und Fabrikmarken für die Mitwirkung an einem 100 Prozent nachhaltigen Sortiment.

Netto und WWF fördern neue Fischereimethoden, um besondere Lebensräume besser zu schützen,

den Beifang zu verringern und das Fischereimanagement nachhaltig zu gestalten. Perspektivisch sollen die Lieferketten besser rückverfolgbar sein. Die besonders gefährdeten Arten Aal, Rochen, Wildstör und Hai bleiben dauerhaft aus dem Sortiment gestrichen.

Darüber hinaus wird eine Risikoanalyse entwickelt, mit der sich feststellen lässt, ob Lieferanten

die EU-Vorgaben gegen illegale, unregulierte und undokumentierte Fischerei (IUU) einhalten. Die Analyse hilft im Anschluss, Maßnahmen zu entwickeln, die die IUU-Risiken verringern. Netto-Lieferanten müssen die Herkunft der Ware nachweisen. Der WWF überprüft den Stand stichprobenartig in den Märkten. Dabei erhalten beide Partner ein besseres Bild von der Umsetzung der Nachhaltigkeitskriterien auf Marktebene.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | | STATUS 30.06.2020 | AUSBLICK |
|--|---|--|----------|
| Umstellung des Eigenmarkensortiments auf nachhaltigere Produkte | | | |
| Netto-Eigenmarken | ↗ | 91 % der Produkte „Gute Wahl“, 6 % „Zweite Wahl“, 3 % „Lieber nicht“ | ⇒ |
| davon Wildfisch (89 %) | ↗ | 92 % der Produkte „Gute Wahl“, 4 % „Zweite Wahl“, 4 % „Lieber nicht“ | ⇒ |
| davon Aquakultur (11 %) | ➡ | 80 % der Produkte „Gute Wahl“, 20 % „Zweite Wahl“, 0 % „Lieber nicht“ | ⇒ |
| Tiernahrung | ↗ | 19 % der Produkte „Gute Wahl“, 22 % „Zweite Wahl“, 59 % „Lieber nicht“ | ⇒ |

2.1

UMSTELLUNG DES EIGENMARKENSORTIMENTS AUF NACHHALTIGERE PRODUKTE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere
Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Netto-Eigenmarkenprodukte mit Fisch und Meeresfrüchten wurden im letzten Jahr ökologisch weiter verbessert, sodass der WWF nun 91 Prozent der Produkte als „Gute Wahl“ einstufen konnte. Bei Produkten aus Wildfang, die 89 Prozent der Fischprodukte ausmachen, sind im aktuellen Berichtszeitraum 73 mit „Gute Wahl“ bzw. grün bewertet. Drei Bestandsprodukte sind in diesem Jahr dem roten Bereich „Lieber nicht“ zuzuordnen.

Im letzten Jahr hat Netto als erster Discounter sein gesamtes Sortiment an Thunfischkonserven auf MSC-zertifizierte Ware umgestellt. Sie stammt nun aus einer Fischerei, die sich regelmäßig unabhängigen Kontrollen unterziehen muss. Die Lieferkette lässt sich bis zum Fangschiff zurückverfolgen. Dadurch wird ausgeschlossen, dass der Fisch aus illegaler, undokumentierter oder unregulierter Fischerei stammt, was bei konventionellem Thunfisch eine große Herausforderung ist. Der Westpazifik, aus dem die Ware stammt, ist außerdem nicht überfischt.



Foto: Wolfgang Pöbner / Alamy

Einige Produkte, die noch kein MSC-Siegel tragen und bei denen Thunfisch aus dem Ostpazifik eingesetzt wird, wurden vom WWF von Score 3 (gelb) auf Score 5 heruntergestuft. Dazu gehören ein Brotaufstrich mit Thunfisch, ein Thunfischsalat sowie ein Thunfischsandwich. Grund für die schlechtere Bewertung sind neue Erkenntnisse zum Thunfischbestand im östlichen Pazifik

sowie zum Beifang von bedrohten Arten wie dem Mantarochen. Die betroffenen Produkte sollen im nächsten Jahr auf zertifizierte Ware oder Quellen mit einer besseren WWF-Bewertung umgestellt werden.

Im Bereich Tiernahrung hat sich die Datenlage im Vergleich zum letzten Jahr deutlich verbessert. Nun haben fünf Produkte eine „Gute Wahl“-

Bewertung (im letzten Jahr waren es drei). Mit 59 Prozent liegt der Großteil der Tiernahrungsprodukte aber noch im roten Bereich. Es hat sich auch gezeigt, dass im Fischmehl und -öl – zumindest anteilig – auch Arten wie der Rotbarsch enthalten sind. Ein sinnvoller Schritt hin zu mehr Nachhaltigkeit wäre der Einsatz von zertifiziertem Fischmehl und -öl nach IFFO RS-Standard.

2.1

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

STATUSERHEBUNG

Als Fisch und Meeresfrüchteangebot gelten alle Produkte, die in der Verkehrsbezeichnung das Wort Fisch oder eine Fischart tragen sowie alle Produkte mit einem Fischanteil von mindestens 15 Prozent. Diese Regelung bezieht sich auf alle Produkte (Tiernahrung ausgenommen), die sich zum Stichtag am 30.06.2020 im Sortiment befanden, sowie Eigenmarken-Aktionsartikel, die seit 01.07.2019 vorübergehend im Sortiment waren. Der WWF lässt nicht zertifizierte Fischereien durch unabhängige Expertinnen und Experten mit einer transparenten Methode bewerten. Kriterien sind: der Bestandszustand, ökologische Auswirkungen und das Management des Bestandes. Die Bewertungen werden in der WWF-Fischdatenbank zusammengefasst und auf wwf.de/fischratgeber für die wichtigsten Arten erläutert. Produkte erhalten die Bewertung „Gute Wahl“ (grün), wenn sie nach einem vom WWF anerkannten Umweltstandard (MSC für Wildfisch, ASC, EU-Bio oder Naturland bei Zuchtfisch) zertifiziert sind oder wenn sie in der WWF-Fischdatenbank mit den Scores 1–2 bewertet sind. Score 3 entspricht der Bewertung „Zweite Wahl“ (gelb), die Scores 4–5 bedeuten „Lieber nicht“ (rot).

Für Produkte von verschiedenen Lieferanten, die jedoch unter dem gleichen Namen und in gleicher Verpackung verkauft werden und deren Fischbestandteile aus Fischereien mit unterschiedlicher Bewertung stammen, wird die jeweils schlechteste Bewertung herangezogen.



ENTWICKLUNG DES NETTO-FISCHSORTIMENTS

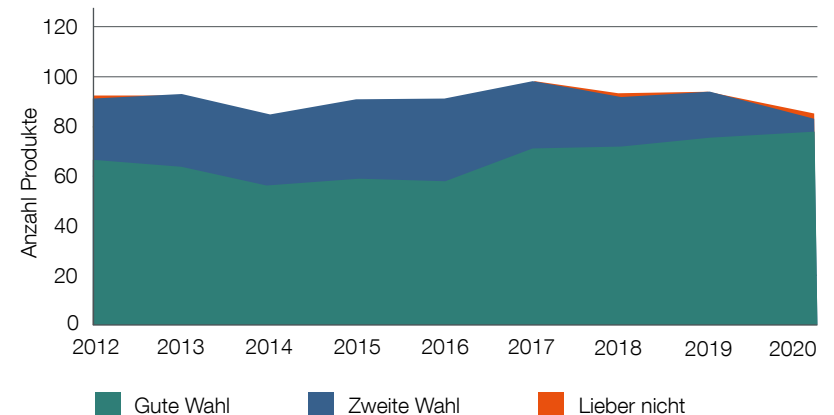


Abbildung 1: Entwicklung des Netto-Eigenmarkensortiments (Wildfisch und Aquakultur) ab der Baseline 2012 bis zur letzten Erhebung 2020. Gezählt werden alle Produkte, die sich am Stichtag 30.06.2020 im Sortiment befanden, sowie Aktionsartikel, die sich seit 01.07.2019 vorübergehend im Sortiment befanden. Nicht aufgeführt ist der Teilbereich Tiernahrung. Für die Definition der Kategorien „Gute Wahl“, „Zweite Wahl“ und „Lieber nicht“ siehe „Statuserhebung“.

2.1

ENTWICKLUNG DES NETTO-EIGENMARKENSORTIMENTS FISCH UND MEERESFRÜCHTE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere
Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

| NETTO-EIGENMARKEN-SORTIMENT | | GESAMT ARTIKEL ANZAHL | GUTE WAHL | | | | | ZWEITE WAHL | LIEBER NICHT | |
|-----------------------------|----------|-----------------------------|-----------|-----|------|---------|---------|----------------|--------------|---------|
| | | | ASC | BIO | MSC | SCORE 1 | SCORE 2 | SCORE 3 | SCORE 4 | SCORE 5 |
| Baseline 2012 | Produkte | 92 | 0 | 1 | 64 | 0 | 1 | 25 | 1 | 0 |
| | Prozent | 100 % | 0 % | 1 % | 70 % | 0 % | 1 % | 27 % | 1 % | 0 % |
| Erhebung 2013 | Produkte | 93 | 0 | 1 | 61 | 0 | 2 | 29 | 0 | 0 |
| | Prozent | 100 % | 0 % | 1 % | 66 % | 0 % | 2 % | 31 % | 0 % | 0 % |
| Erhebung 2014 | Produkte | 85 | 1 | 1 | 54 | 0 | 0 | 29 | 0 | 0 |
| | Prozent | 100 % | 1 % | 1 % | 64 % | 0 % | 0 % | 34 % | 0 % | 0 % |
| Erhebung 2015 | Produkte | 91 | 0 | 1 | 56 | 0 | 2 | 32 | 0 | 0 |
| | Prozent | 100 % | 0 % | 1 % | 62 % | 0 % | 2 % | 35 % | 0 % | 0 % |
| Erhebung 2016 | Produkte | 91 | 0 | 1 | 56 | 0 | 1 | 33 | 0 | 0 |
| | Prozent | 100 % | 0 % | 1 % | 62 % | 0 % | 1 % | 36 % | 0 % | 0 % |
| Erhebung 2017 | Produkte | 97 | 7 | 3 | 59 | 0 | 2 | 27 | 0 | 0 |
| | Prozent | 100 % | 7 % | 3 % | 61 % | 0 % | 2 % | 28 % | 0 % | 0 % |
| Erhebung 2018 | Produkte | 93 | 9 | 1 | 62 | 0 | 0 | 20 | 1 | 0 |
| | Prozent | 100 % | 10 % | 1 % | 67 % | 0 % | 0 % | 21 % | 1 % | 0 % |
| Erhebung 2019 | Produkte | 94 | 6 | 3 | 66 | 0 | 2 | 17 | 0 | 0 |
| | Prozent | 100 % | 6 % | 3 % | 70 % | 0 % | 2 % | 18 % | 0 % | 0 % |
| Erhebung 2020 | Produkte | 89 | 4 | 3 | 69 | 4 | 1 | 5 | 0 | 3 |
| | Prozent | 100 % | 4 % | 3 % | 78 % | 4 % | 1 % | 6 % | 0 % | 3 % |

Tabelle 1: Entwicklung des Netto-Eigenmarkensortiments (Wildfisch und Aquakultur) ab der Baseline 2012 bis zur letzten Erhebung 2020. Aufgrund von Rundungsdifferenzen entspricht die Summe der Prozentangaben innerhalb einer Zeile nicht immer 100 Prozent.

HOLZ, PAPIER, TISSUE

2.2

HOLZ, PAPIER, TISSUE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Die Ausweitung einer nachhaltigen Waldwirtschaft fördert dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum. Nachhaltige Waldbewirtschaftung sorgt für sauberere Luft und besseres Grundwasser, für Einkommen und Stabilität hier und in vielen Entwicklungsländern – und auch für Klimaschutz. Weil in Holz und Holzprodukten CO₂ langfristig gespeichert wird, bekämpft sie effektiv den Klimawandel und seine Auswirkungen. Wesentliche SDGs, zu denen der deutsche Einzelhandel in Bezug auf nachhaltige holzbasierte Produkte in besonderem Maße beiträgt, sind: der Schutz, die Wiederherstellung und nachhaltige Nutzung von Landökosystemen sowie ein nachhaltiger Konsum und eine verantwortungsvolle Produktion. Der Verzicht auf unnötiges Verpackungsmaterial und die Verwendung von Recyclingprodukten und -verpackungen reduzieren den Nutzungsdruck auf Wälder, während die konsequente Anwendung der FSC®-Zertifizierung das gesunde Wachstum einer nachhaltigen Waldwirtschaft stärkt.

Netto und WWF: Gemeinsamer Beitrag zu den SDGs durch die Zusammenarbeit im Themenfeld Holz, Papier und Tissue



2.2 WÄLDER WELTWEIT SCHÜTZEN

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

DAS THEMENFELD HOLZ, PAPIER UND TISSUE SCHONT RESSOURCEN

» Etwa 80 Prozent der Landlebewesen brauchen den Wald als Lebensraum. Wenn die Menschen immer tiefer in die Wälder vordringen, schwinden Waldflächen und häufen sich Kontakte zwischen Menschen und Tieren. Die Folgen sind fragmentierte Ökosysteme, der massive Verlust der Artenvielfalt und ein erheblich erhöhtes Risiko von Infektionskrankheiten. Eine intakte Natur wirkt als Bollwerk gegen solche Krankheiten. Jährlich gehen jedoch etwa 16 Millionen Hektar Wald verloren – mit steigender Tendenz. Für 80 Prozent dieses globalen Verlusts ist die Ausweitung der Landwirtschaft (u. a. für den Anbau von Palmöl oder Soja) sowie der Holz- und Zellstoffplantagen verantwortlich. In Afrika und Südamerika wächst der Nutzungsdruck auf die Wälder aufgrund des weltweit steigenden Ressourcenverbrauchs vor allem von Papier, Fleisch und Palmöl, der auch ein Ergebnis des Bevölkerungswachstums ist. In Asien verlangsamte sich die weitere Naturwaldzerstörung nur deshalb geringfügig, weil die Wälder bereits großräumig vernichtet sind. Netto geht unter anderem mit der Umstellung seiner Papierprodukte und Verpackungen auf den Blauen Engel oder FSC® gegen die Ursachen der Waldvernichtung vor.

WENIGER MATERIAL, MEHR RECYCELTE PAPIERPRODUKTE

» Damit die Wälder weltweit erhalten bleiben, muss die Entwaldung gestoppt und die Entstehung neuer naturnaher Wälder gefördert werden. Nur der Erhalt der Urwälder reduziert die Gefahr schlimmer Pandemien deutlich. Es ist auf Seiten der Verbraucherinnen und Verbraucher daher unverzichtbar, jedes Produkt konsequent und kritisch zu hinterfragen. Netto und WWF arbeiten kontinuierlich an umweltverträglicheren Verpackungen und Eigenmarkenprodukten aus Holz, Papier und Tissue (Zellstofftüchern). Durch weniger Material und mehr recycelte Stoffe trägt der drittgrößte Lebensmitteldiscounter Deutschlands dazu bei, den Holzbedarf zu verringern.

BLAUER ENGEL BESTÄTIGT HOHEN RECYCLINGEINSATZ

» Glaubwürdige und transparente Zertifizierungssysteme signalisieren eine verantwortungsvolle Ressourcenherkunft. Der Blaue Engel gehört dazu. Als eines der bekanntesten Umweltzeichen zeigt er, welche Produkte besonders umweltschonend sind. Auf Papierprodukten bestätigt der Blaue Engel einen hohen Anteil an Recyclingmaterial. Damit ist ihr ökologischer Fußabdruck besonders gering. Gut für den Wald, die dort lebenden Arten und unser Klima!

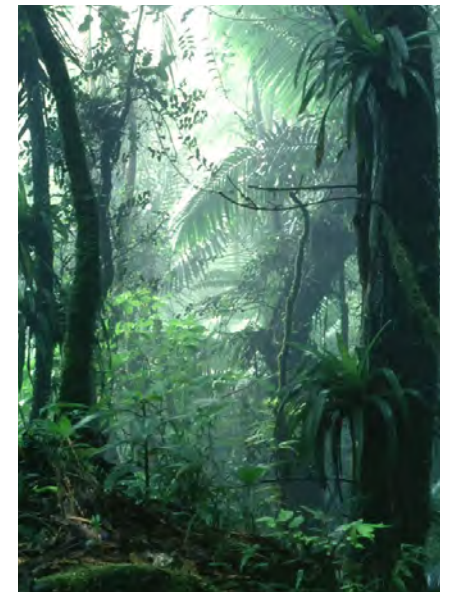


Foto: Malachi Jacobs / Shutterstock

2.2

DIE PARTNERSCHAFTSZIELE IM THEMENFELD HOLZ, PAPIER UND TISSUE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Netto will alle Holz- und Papier-Eigenmarkenprodukte vorzugsweise auf Recycling mit dem Siegel Blauer Engel oder FSC® umstellen. Dieses Ziel gilt auch für alle Endverbraucher-, Transport- und Versandverpackungen der Eigenmarken sowie sämtliches Verpackungsmaterial. Dieses Bestandsziel wird von Netto weiter auf einem hohen Erfüllungsniveau verfolgt. Bis spätestens Ende 2020 sollen alle Etiketten, gedruckten Bedienungsanleitungen und hölzerne Eisstiele ersetzt bzw. umgestellt sein.

Die Umstellung von Transport- und Versandverpackungen setzt voraus, dass Funktionalität und Stabilität weiterhin gewährleistet sind. Die Produktverpackungen selbst wiederum müssen lebensmitteltauglich sein. Solange Druckereien mit mineralölbasierten

Farben arbeiten, besteht beim Einsatz von Recyclingmaterial die Gefahr der Übertragung von Mineralölrückständen auf Lebensmittel. Im Rahmen der Partnerschaft wird dieser Sachverhalt weiter untersucht und soll durch konkrete Maßnahmen eingedämmt werden.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | STATUS 30.06.2020 | AUSBLICK |
|---|---|----------|
| Umstellung auf FSC®/Recycling-Produkte | | |
| Holz- und Papier-Produkte | ↑ 100 % Blauer Engel-/FSC®-zertifiziert. Am weiteren Ausbau des Recyclinganteils wird gearbeitet. | ➡ |
| Tissue-Produkte | ↘ 85,26 % Blauer Engel-/FSC®-zertifiziert. Am weiteren Ausbau des Recyclinganteils wird gearbeitet. | ↩ |
| Umstellung auf FSC®/Recycling-Produkte | | |
| Endverbraucherpackungen | ↗ 95,70 % der Endverbraucherpackungen sind FSC®-zertifiziert. | ➡ |
| Endverbraucherpackungen im Bereich Obst und Gemüse (Fruchtkontor) | ↗ 53 % der Lieferanten haben auf FSC®-zertifiziertes Verpackungsmaterial umgestellt. | ↩ |
| Etiketten der Produkte und Endverbraucherpackungen ⁸ | ↗ 81,82 % der Etiketten von Eigenmarkenprodukten und Endverbraucherpackungen sind auf FSC®-zertifiziertes Verpackungsmaterial umgestellt. | ➡ |
| Karton-Umverpackungen (bis Ende 2017) | ↗ 95,26 % aller Artikel (Stichprobe n = 81) sind umgestellt. | ➡ |

⁸ Gesondert erfasst und von dieser Prüfung ausgenommen sind in diesem Jahr die Etiketten der Produkte und Endverbraucherpackungen des EDEKA-Fruchtkontors.

2.2

UMSTELLUNG AUF FSC®/RECYCLINGPRODUKTE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Netto ist Deutschlands drittgrößter Lebensmitteldiscounter und versorgt seine Kundinnen und Kunden auch mit vielen anderen Alltagsprodukten, die bei kaum einem Einkauf fehlen. Allein 135 Artikel im Angebot sind auf Holzbasis hergestellt. Dazu zählen Toilettenpapier, Grillkohle oder Büro- und Schreibwaren. Bei über 4.000 Märkten und wöchentlich über 21 Millionen Kundinnen und Kunden kommt folglich einiges an Holz zusammen.

Die zunehmende Entwaldung hat erhebliche Folgen für das Klima und den

Artenschutz. Deshalb ist der Schutz der globalen Wälder besonders wichtig. Am effektivsten wirkt der Erhalt des Baumbestandes. Für Verbraucherinnen und Verbraucher bedeutet das, auf Einwegartikel weitestgehend zu verzichten und dort, wo das nicht möglich ist, Produkte aus Recyclingpapier zu nutzen. Neben der Entlastung der Wälder spart Toiletten- oder Schreibpapier aus Recyclingpapier zudem Bleichchemikalien und mehr als die Hälfte an Wasser und Energie. Noch sind viele Kundinnen und Kunden aber nicht bereit, bei Hygienepapier auf graue Recyclingprodukte umzusteigen.

| KATEGORIEN | ANZAHL DER ARTIKEL | DAVON UMGESTELLT | DAVON RECYCLING |
|--|-----------------------|--|--------------------------------------|
| | | (FSC® 100%, FSC® Mix, FSC® Recycled oder Blauer Engel) | (Blauer Engel oder FSC® Recycled) |
| Netto-Eigenmarkenartikel | | | |
| Grillkohle | 6 | 100 % | 0,00 % |
| Tissue | 95 | 85,26 % | 2,11 % |
| Holz- und Papierartikel (inklusive Büroartikel) | 34 | 100 % | 32,35 % |

Tabelle 2: Umstellung der Netto-Eigenmarkenprodukte auf Recycled/FSC®. Gezählt werden alle Artikel, die sich am Stichtag 30.06.2019 im Sortiment befanden; darunter können auch Aktionsartikel sein.

DIE SIEGEL DES FSC®

Das Kennzeichen FSC® 100 % steht für den vollständigen Bezug aus FSC®-zertifizierten Wäldern und ist zumeist auf Vollholzprodukten zu finden. FSC® Recycled ist auf Produkten zu finden, die aus Recyclingmaterial bestehen. Das FSC® Mix-Siegel kennzeichnet einen Materialmix. Die Produkte beinhalten sowohl Material aus FSC®-zertifizierten Wäldern als auch kontrollierten Quellen (CW) und/oder Recyclingmaterial.



Es gibt darüber hinaus viele Produkte ohne Recyclingalternative. So sind beispielsweise Getränkekartons mit FSC®-Recyclingfasern derzeit nicht am Markt verfügbar. Das gilt auch für verschiedene Holzartikel wie Grillkohle oder Buntstifte. Bei diesen Produkten ist es wichtig, einen möglichst geringen ökologischen Fußabdruck zu erreichen und sicherzustellen, dass sie nicht mit Raubbau und Entwaldung in Zusammenhang stehen. Das ist derzeit am verlässlichsten mit dem FSC®-Siegel möglich. Es bestätigt, dass das Holz aus verantwortungsvollen Quellen stammt.

Das diesjährige Monitoring hat gezeigt, dass Netto sein Ziel, 100 Prozent der

Grillkohle sowie Holz- und Papierartikel im Eigenmarkensortiment auf Recycling, Blauer Engel bzw. FSC® umzustellen, wiederholt erreichen konnte. Lediglich der Anteil der FSC®- oder Blauer Engel-zertifizierten Tissue-Eigenmarkenprodukten ist im prozentualen Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Absolut betrachtet konnten jedoch mehr Tissue-Artikel als zuvor umgestellt werden. Dies erklärt sich zum Teil durch die Zunahme an Tissue-Produkten, die sich von 47 auf 95 Artikel fast verdoppelt haben. Das Ziel, alle Holz- und Papier-Eigenmarkenprodukte umzustellen, konnte aufgrund des prozentualen Rückgangs aber noch nicht vollständig erreicht werden.

2.2

UMSTELLUNG AUF FSC®-/RECYCLINGVERPACKUNGEN

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Im Jahr 2018 lag der gesamte Papierverbrauch allein in Deutschland bei 20,2 Millionen Tonnen Verpackungen – Papier, Pappe oder Karton machten mit etwa 8,3 Millionen Tonnen etwas weniger als die Hälfte davon aus. Pro Kopf werfen wir also jedes Jahr ungefähr 100 Kilogramm Verpackungspapier in die Blaue Tonne – und das nur, wenn richtig getrennt wird. Auch auf globaler Ebene steigt der Papierverbrauch immer weiter an. Es ist daher unerlässlich, dort, wo sich Papier nicht vermeiden lässt, Recyclingfasern einzusetzen, und dort, wo das nicht umsetzbar ist, Rohstoffe aus FSC®-zertifizierter nachhaltigerer Waldwirtschaft einzusetzen, um die Wälder zu entlasten.

Der Anteil der Endverbraucherpackungen aus FSC®/Blauer Engel-zertifiziertem Material ist bei Netto mit einem Umstellungsgrad von 95,70 Prozent relativ stabil geblieben. Der Recyclinganteil konnte mit 9,81 Prozent sogar leicht gesteigert werden. Den Anteil an Recyclingmaterial sowohl bei den Produkten als auch den Verpackungen zu erhöhen bleibt ausgewiesenes Ziel.

Die sukzessive Ausweitung und Nachschärfung der Ziele für die Obst- und Gemüseverpackungen im Jahr 2017 trug zu weiteren Umstellungserfolgen bei: Nachdem im Jahr 2018 bereits die Verpackungen des Bio-Segments im Bereich Obst und Gemüse erwei-

tert und umgestellt werden konnten, begann im vergangenen Jahr die Umstellung des gesamten Obst- und Gemüsesortiments auf zielkonforme Verpackungen. Während das Monitoring für die Eigenmarkenprodukte und

Transportverpackungen die Articlebene zugrunde legt, erfolgt es in diesem Segment auf Lieferantenebene. Das Ergebnis zeigt, dass von 143 Lieferanten 53 Prozent vertraglich verpflichtet auf FSC® umgestellt haben.

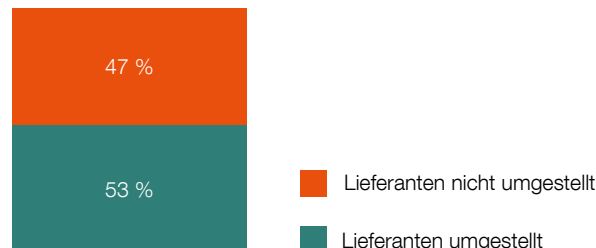


Abbildung 2: Prozentuale Umstellung der Endverbraucherpackungen bei den Netto-Eigenmarkenprodukten im Obst und Gemüsesegment auf FSC®.

2.2

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

| KATEGORIEN | ANZAHL DER ARTIKEL | DAVON UMGESTELLT (FSC® 100%, FSC® Mix, FSC® Recycled oder Blauer Engel) | DAVON RECYCLING (Blauer Engel oder FSC® Recycled) |
|---|--------------------|--|--|
| Netto-Eigenmarkenverpackungen | | | |
| Endverbraucherpackungen | 1.325 | 95,70 % | 9,81 % |
| Etiketten der Eigenmarkenprodukte und Endverbraucherpackungen | 2.035 | 81,82 % | 3,36 % |

Tabelle 3: Umstellung der Netto-Eigenmarkenverpackungen auf Recycling/FSC®. Gezählt werden alle Artikel, die sich am Stichtag 30.06.2019 im Sortiment befanden, inklusive Aktionsartikel.

Darüber hinaus ist seit dem letzten Jahr die Umstellung der Transportverpackungen vertraglich verpflichtender Teil der Prüfung. Die Verpflichtung zur Umstellung aller anderen Holz- und Papierbestandteile der Eigenmarkenprodukte, wie Füllmaterialien, Holzgriffe und Filterpapiere, ist erst in diesem Jahr hinzugekommen. Stichproben belegen aber, dass bei 95 Prozent der gezogenen Stichprobe (n = 81) diese vertragliche Regelung bereits besteht: Die Lieferanten müssen Karton-Umverpackungen aus Recyclingmaterial beziehen und für alle anderen Bestandteile aus Holz mindestens eine FSC®-Zertifizierung nachweisen. Der Wert ist im Vergleich zum Vorjahr um etwa drei Prozentpunkte leicht gesunken.

Bei vielen Verpackungsarten, die Zellstoff enthalten oder daraus bestehen, wie Klebeetiketten auf Glasflaschen, ist dies nicht unmittelbar ersichtlich. Solche sekundären Verpackungsarten werden seit diesem Jahr in der Prüfung und im Monitoring ebenfalls erfasst. Da Produzierende konservierter Lebensmittel die Herkunft der Zellstoffe teilweise noch nicht zurückverfolgt hatten, erwies sich die Ermittlung der tatsächlichen Anzahl der betroffenen Artikel als herausfordernd. In diesem Jahr wurden Zellstoffverwendungen sowie Zertifizierungen der Verpackungsetiketten erstmals ganzheitlich für alle Netto-Eigenmarkenartikel erfasst. Die Erhebung ergab, dass von 2.035 betroffenen Produkten 81 Prozent vertragskonform auf

Recycling, Blauer Engel bzw. FSC® umgestellt worden sind.

Ab dem nächsten Jahr sollen außerdem Bedienungsanleitungen und Belegmaterial ausschließlich aus Recy-

clingmaterial produziert sein dürfen. Einzig Zigarettenfilterpapiere mussten aufgrund der geringen Lieferantenauswahl und mangelnden Bereitschaft zur FSC®-Zertifizierung vorerst zurückgestellt werden.

ERREICHTES

| TEILZIEL | | ZIELERREICHUNG | |
|---------------------------------|-------------------------|----------------|---|
| Umstellung auf FSC® / Recycling | | | |
| Getränkekartons | 100 % FSC®-zertifiziert | 06/2016 | ✓ |
| Grillkohle | 100 % FSC®-zertifiziert | 06/2018 | ✓ |

PALMÖL

2.3

PALMÖL

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Zertifizierte Palmölbestandteile in Netto-Eigenmarken leisten einen Beitrag für einen nachhaltigeren Palmölanbau in Produktionsländern und einen nachhaltigeren Konsum. Die überarbeiteten RSPO Anforderungen enthalten nun Kriterien zum Stopp des Anbaus auf Torfböden sowie Flächen mit hohem Kohlenstoffgehalt und stärkere Beschränkungen zum Einsatz hochgefährlicher Pestizide. Darüber hinaus haben die Plantagen die Vorgabe, Arbeiterinnen und Arbeitern standardmäßig ausreichend sauberes Wasser zur Verfügung zu stellen, Menschenrechte zu achten und Wasser in der Weiterverarbeitung zu sparen. Durch das Verbot von Brandrodungen entstehen zudem weniger Treibhausgasemissionen, was den Klimaschutz fördert.

Netto und WWF: Gemeinsamer Beitrag zu den SDGs durch die Zusammenarbeit im Themenfeld Palmöl



2.3 FÜR EINE NACHHALTIGE PALMÖLINDUSTRIE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

LEITLINIEN FÜR DEN SCHUTZ VON LANDSCHAFTEN

» Netto und der WWF begegnen den negativen Auswirkungen des Anbaus von Ölpalmen und engagieren sich bereits seit fünf Jahren für eine nachhaltigere Entwicklung der Palmölindustrie. Das in Netto-Eigenmarkenprodukten eingesetzte Palmöl ist nahezu vollständig nach den Kriterien des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) zertifiziert. Der RSPO definierte im Jahr 2004 erstmals soziale und ökologische Leitlinien für einen nachhaltigeren Anbau. Sie wurden zuletzt 2018 in einem internationalen Prozess und unter Beteiligung von EDEKA, WWF und weiteren Mitgliedern der Initiative Forum Nachhaltiges Palmöl erfolgreich überarbeitet. Seitdem dürfen besonders kohlenstoffreiche Gebiete sowie Landschaften von hohem ökologischem Wert nicht mehr für den Anbau von Ölpalmen entwaldet werden, wenn das dort gewonnene Öl unter RSPO-Label verkauft werden soll – ein wichtiger Schritt für den Schutz der bestehenden Artenvielfalt in tropischen und subtropischen Ländern und für die Reduktion von Treibhausgasen.

DIE NEGATIVEN AUSWIRKUNGEN DES WELTWEITEN ANBAUS STOPPEN

» Der globale Waldverlust nimmt weiter zu. Brasilien verzeichnet die höchsten Raten tropischer Entwaldung. Aber auch in anderen südamerikanischen und asiatischen Ländern (insbesondere in Paraguay, Argentinien, Bolivien, Indonesien und Malaysia) werden weiterhin große Waldlandschaften kahlgeschlagen. Haupttreiber der Entwaldung in Südamerika sind Rindfleischproduktion und Soja, während der Anbau von Ölpalmen einen großen Teil der Waldverluste in Südostasien verursacht. Auch in Westafrika und im Kongobecken entstehen Palmöl-Hotspots, die die Artenvielfalt bedrohen. Kohlenstoffreiche Torfgebiete in tropischen Ländern eignen sich zudem für den Anbau von Ölpalmen und werden deshalb häufig trockengelegt. Allein die Entwässerung von Torfmooren macht rund 10 Prozent der globalen Treibhausgasemissionen aus Land- und Forstwirtschaft aus.



Foto: Ravindran John Smith / Shutterstock

2.3

DIE PALMÖL-PARTNERSCHAFTSZIELE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

In allen Eigenmarkenartikeln mit reinem Palmöl verwendet Netto weiterhin reines, zertifiziertes Palmöl nach dem RSPO Segregated (SG)- oder Identity Preserved (IP)-Lieferkettenmodell. Auch bei Palmkernöl greift Netto – wo möglich – auf diese Qualitäten zurück. In allen Artikeln mit Derivaten

und Fraktionen aus Palm(kern)öl wird mindestens RSPO Mass Balance (MB)-zertifizierter Rohstoff eingesetzt.

Netto bleibt Mitglied im RSPO und wird von EDEKA als Mitglied des Verbunds im Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) vertreten.

Darüber hinaus strebt Netto an, dass bis spätestens 2020 mindestens 30 Prozent des in Eigenmarkenprodukten eingesetzten Palm(kern)öls die Anbaukriterien der Palm Oil Innovation Group POIG erfüllen. Sie umfassen soziale und ökologische Anforderungen, die über die Vorgaben des RSPO-Standards hinausgehen.

Netto setzt parallel eine Pflanzenöl-Substitution bei palmhaltigen Eigenmarkenprodukten um. Bei der Substitution von Palmöl stellt Netto sicher, dass der Ersatzstoff aus Nachhaltigkeitssicht mindestens gleichwertig ist.

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | | STATUS 30.06.2020 | AUSBLICK |
|--|---|---|----------|
| Umstellung des im Eigenmarkensortiment verarbeiteten Palmöls auf zertifizierte, nachhaltigere Quellen | | | |
| Artikel mit reinem Palmöl | ↗ | Die Umstellung auf 0,78 % RSPO IP und 95,69 % RSPO SG ist erfolgt. 2,35 % sind MB-zertifiziert. 1,18 % sind noch nicht umgestellt. | ⇒ |
| Artikel mit Palmkernöl | ↗ | Die Umstellung von 95,45 % auf RSPO SG ist erfolgt. 4,55 % sind MB-zertifiziert. | ⇒ |
| Artikel mit Derivaten/ Fraktionen aus Palm(kern)öl | ↗ | Die Umstellung von 22,83 % auf RSPO SG und 74,28 % auf RSPO MB. 2,31 % sind über Book & Claim abgedeckt. 0,58 % sind noch nicht umgestellt. | ⇒ |
| Engagement für Zusatzkriterien und eine nachhaltige Entwicklung der Palmöl-Industrie | | | |
| Mitgliedschaft in RSPO und FONAP | ↑ | Stellvertretend für den gesamten Verbund (umfasst Netto) ist EDEKA Mitglied im RSPO und FONAP. | ✓ |
| Anteil von Palm(kern)öl nach POIG-Kriterien | ↘ | Gespräche mit Eigenmarkenlieferanten zur Umstellung von Artikeln auf POIG-Ware wurden geführt. Bis Anfang 2020 konnten keine konkreten Ergebnisse erzielt werden. | ⇒ |
| Pflanzenöl-Substitution bei palmhaltigen Eigenmarkenprodukten | | | |
| Pflanzenöl-Substitutionsstrategie | ↘ | Netto betreibt die Substitution von Palmöl, wobei die Ersatzstoffe nicht auf deren Nachhaltigkeit vor der Substitution bewertet werden. | ⇒ |

2.3

UMSTELLUNG DES IM EIGENMARKENSORTIMENT VERARBEITETEN PALMÖLS AUF ZERTIFIZIERTE, NACHHALTIGERE QUELLEN

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Seit dem Jahr 2015 konnte Netto deutliche Verbesserungen sowohl bei der Umstellung von Artikeln mit Palm- und Palmkernölbestandteilen sowie bei solchen mit Derivaten und Fraktionen erzielen (Abbildung 3). Bei der Umstellung von reinem Palmöl auf RSPO Segregated konnte das hohe Niveau aus dem Vorjahr mit einem Ergebnis von rund 96 Prozent leicht

gesteigert werden. Besondere Fortschritte lassen sich bei Palmkernöl verzeichnen. Mit einem Plus von über 19 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr waren im Jahr 2019 etwa 95 Prozent der Bestandteile aus Palmkernöl entsprechend des angestrebten Lieferkettenmodells zertifiziert. Bei Derivaten und Fraktionen sind es sogar mehr als 30 Prozentpunkte.

Mittlerweile sind rund 97 Prozent dieser Bestandteile entsprechend der RSPO-Handelsmodelle Segregated- bzw. Mass Balance-zertifiziert. Alle weiteren Derivate und Fraktionen sind über den Kauf von Book & Claim-Zertifikaten abgedeckt (Tabelle 4).

Über 50 Prozent der Palm(kern)ölbestandteile in Netto-Eigenmarkenarti-

keln sind Derivate und Fraktionen. Die Herstellung erfordert teils eine Vielzahl komplexer Verarbeitungsschritte. Deshalb gestaltete sich der Bezug eines Derivats oder einer Fraktion aus zertifizierten, nachhaltigeren Quellen im Vergleich zu herkömmlichem Palm(kern)öl in der Vergangenheit schwierig. Es gibt weltweit auch nur wenige Hersteller, was den Umstellungsprozess erschwert. Netto hat sich in den vergangenen Jahren durch eine entsprechende Nachfrage für eine Bereitstellung von zertifizierten Derivaten und Fraktionen engagiert. Im Jahr 2019 waren im Netto-Eigenmarkensortiment von 645 Palmölbestandteilen, die in 531 Artikeln enthalten waren, erneut fünf nicht lieferkettenzertifiziert. Somit sind 99,22 Prozent aller Bestandteile nach einem der möglichen RSPO-Lieferkettenmodelle ausgezeichnet. Dies entspricht 99,56 Prozent der insgesamt rund 9.016 Tonnen, die im Eigenmarkensortiment verarbeitet sind (Abbildung 4).

ENTWICKLUNG DER UMSTELLUNG DER PALMÖLBESTANDTEILE NACH ANGESTREBTEM LIEFERKETTENMODELL (2016–2020)

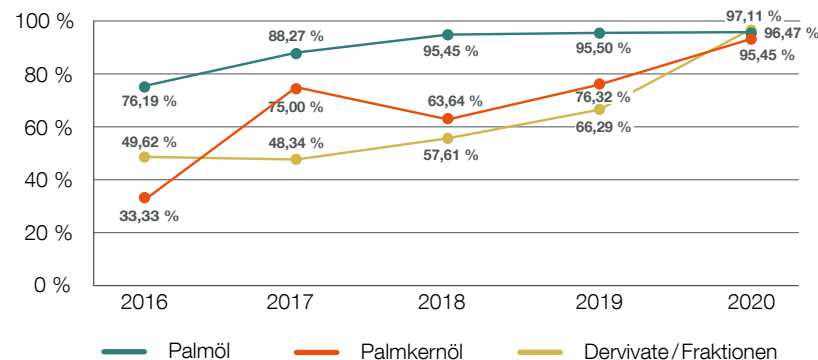


Abbildung 3: Entwicklung der Umstellung von Palmölbestandteilen in Netto-Eigenmarken nach RSPO-Lieferkettenmodell seit 2016.



Foto: Mazidi Abul Gham / WWF

2.3

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Das Eigenmarkensortiment wird ständig angepasst und weiterentwickelt. Artikel werden ausgelistet oder kommen hinzu. Auch Lieferanten wechseln oder Zertifizierungen verzögern sich. Das führt im Ergebnis dazu, dass die Palmölbestandteile von Artikeln nicht sofort auf das angestrebte Lieferkettenmodell umgestellt werden können. Zudem sind Derivate und Fraktionen häufig nicht in der gewünschten Handelsqualität am Markt erhältlich. Sie werden über den Zukauf von RSPO Book & Claim-Zertifikaten abgedeckt, wobei das im Jahr 2019 nur noch für acht Bestandteile galt.

VERARBEITETE MENGE NACH RSPO-LIEFERKETTENMODELL IN TONNEN

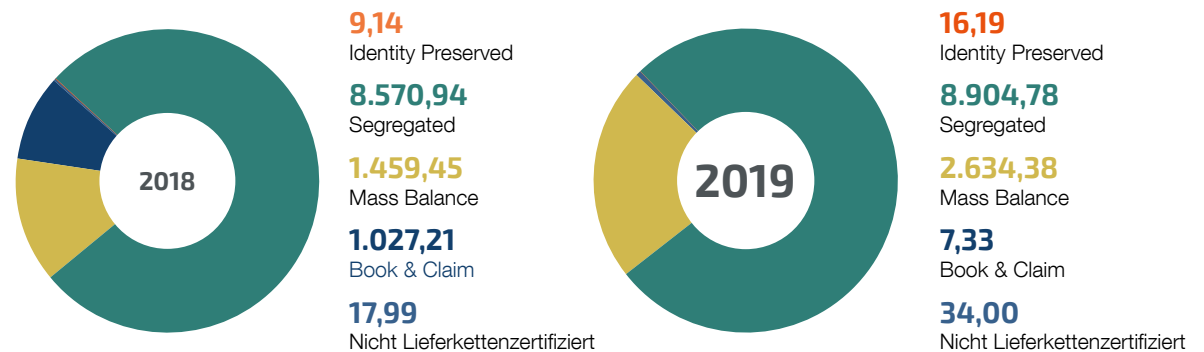


Abbildung 4: Im Netto-Eigenmarkensortiment verarbeitete Menge Palm(kern)öl inklusive Derivaten und Fraktionen nach RSPO-Lieferkettenmodell in Tonnen seit 2018.

PALMÖLBESTANDTEILE IN EIGENMARKENARTIKELN NACH RSPO-LIEFERKETTENMODELL

| KATEGORIEN | DAVON UMGESTELLT | | | | | | | | | | UMSTELLUNG AUF ANGESTREBTES LIEFERKETTEN- MODELL |
|---|-------------------------|------|--------------|-------|-------------------|-------|-------------------|------|---------------------|------|---|
| | „IDENTITY PRESERVED“ | | „SEGREGATED“ | | „MASS BALANCE“ | | „BOOK & CLAIM“ | | NICHT UMGESTELLT | | |
| | Anzahl | % | Anzahl | % | Anzahl | % | Anzahl | % | Anzahl | % | |
| Artikel mit reinem Palmöl | 2 | 0,78 | 244 | 95,69 | 6 | 2,35 | 0 | 0,00 | 3 | 1,18 | 96,47 |
| Artikel mit Palmkernöl | 0 | 0,00 | 42 | 95,45 | 2 | 4,55 | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 95,45 |
| Artikel mit Derivaten /Frak- tionen aus Palm(kern)öl | 0 | 0,00 | 79 | 22,83 | 257 | 74,28 | 8 | 2,31 | 2 | 0,58 | 97,11 |

Tabelle 4: Umstellung von Palmölbestandteilen in Netto-Eigenmarken nach RSPO-Lieferkettenmodell. Die Prozentangaben sind gerundet, daher ergeben sie in Summe nicht immer genau 100 Prozent. Hinweis: Gezählt werden alle Artikel inklusive Aktionsartikel, die sich am Stichtag der Datenerfassung 30.06.2019 im Sortiment befinden. Ein Artikel kann mehrere Palmölbestandteile enthalten. 2019 enthielten 531 Artikel 645 Bestandteile aus Palmöl, Palmkernöl oder deren Derivaten und Fraktionen.

2.3

ENGAGEMENT FÜR ZUSATZKRITERIEN UND EINE NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DER PALMÖLINDUSTRIE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK



Foto: Wirachai / iStock

Es liegt in unser aller Verantwortung, den negativen Folgen des Anbaus von Ölpalmen gesamtgesellschaftlich zu begegnen.

Deshalb engagiert sich Netto, vertreten durch EDEKA, gemeinsam mit dem WWF im Forum Nachhaltiges Palmöl FONAP für die Verbesserung von Standardzertifizierungssystemen wie dem Roundtable on Sustainable Palm Oil RSPO. Aus Sicht des WWF wurde er unter Beteiligung des FONAP zuletzt 2018 erfolgreich überarbeitet. Besonders Kohlenstoffreiche Landschaften sowie Regenwälder dürfen nicht mehr abgeholzt werden. Es gibt außerdem

belastbarere Vereinbarungen zur Achtung von Menschen- und Arbeitsrechten.

Netto und der WWF verfolgen das Ziel, das im Eigenmarkensortiment verarbeitete Palm(kern)öl sowie dessen Derivate und Fraktionen zu 30 Prozent auf Rohware umzustellen, die die Anbaukriterien der Palm Oil Innovation Group POIG erfüllt. Mit diesem Beitrag wollen die Partner über den RSPO und das FONAP hinaus eine Initiative unterstützen, die sich der nachhaltigen Entwicklung der Palmölindustrie verschrieben hat. POIG hat sich bereits

2013 das ambitionierte Ziel gesetzt, innovative und nachhaltige Praktiken im Palmölanbau gemeinsam mit Akteuren der gesamten Lieferkette umzusetzen und damit den RSPO-Standard in seiner Weiterentwicklung und erfolgreichen Implementierung zu unterstützen. POIG baut auf den Kriterien des RSPO auf und verfolgt deutlich ambitioniertere Ziele, u. a.:

- Mehr Klimaschutz: Besonders kohlenstoffreiche Torfflächen werden renaturiert. Seit März 2014 ist es untersagt, Flächen mit hohem Kohlenstoffgehalt für den Anbau von Ölpalmen zu erschließen.
- Arbeit in der Landschaft: Seltene, bedrohte und gefährdete Arten werden nicht nur auf Plantagen, sondern auch in der landschaftlichen Umgebung geschützt.
- Schutz von Ökosystemen: Es gibt umfassendere Verbote von hochgefährlichen Pestiziden sowie strengere Richtlinien zum nachhaltigeren Einsatz von Düngemitteln.

- Arbeitskräfte und kleinbäuerliche Betriebe: Renten- und Sozialversicherungen für Arbeitskräfte sind obligatorisch. Unabhängige kleinbäuerliche Betriebe unterstützt POIG im nachhaltigen Anbau und Zertifizierungsprozess.

Verhandlungen zur Umsetzung des POIG-Ziels mit den Eigenmarkenlieferanten haben noch keine Erfolge erbracht. Der angestrebte Aufbau einer physischen Lieferkette von der Plantage bis zum Eigenmarkenproduzentinnen und -produzenten war aufgrund des aktuellen Marktumfeldes und den damit verbundenen Rahmenbedingungen bisher nicht abbildbar. Eigene Rezepturen für Eigenmarkenartikel bedeuten, dass die Eigenmarkenlieferanten auch eigene Tankanlagen und Lagerplätze bereitstellen müssten. Eine segregierte Lieferung von POIG-Palmöl nach Deutschland ist nicht bekannt. Das Ziel wird jedoch weiterhin mit Nachdruck verfolgt.⁹

⁹ Vgl. https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF-Studie_Like_Ice_in_the_Sunshine_2020.pdf

2.3

PALMÖL-SUBSTITUTION

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Palmöl ist vom Flächenverbrauch bis zum Anbau mit vielen negativen sozialen und ökologischen Folgen verbunden. Zu den Konsequenzen zählen gerodete Regenwälder, bedrohte Orang-Utans, Elefanten und Tiger, Landkonflikte und schlechte Arbeitsbedingungen. Das weltweit wichtigste Pflanzenöl steht damit als einer der Haupttreiber für Entwaldung – insbesondere in Indonesien und Malaysia – seit Jahren zu Recht in der Kritik und im Fokus öffentlicher Debatten.

Demgegenüber sind die positiven Eigenschaften des Produkts und seiner Produktivität zu nennen: Mit rund 3,8 Tonnen pro Hektar erzielt Palmöl einen deutlich höheren Ertrag als andere tropische (Soja 0,4 t/ha; Kokos 0,7 t/ha) und auch weitere (Sonnenblume 0,7 t/ha; Raps 0,7 t/ha) Ölpflanzen. Palmöl leistet also einen bedeutenden Beitrag zur Deckung des globalen Bedarfs an Ölen und Fetten. Wie alle Agrarrohstoffe muss es jedoch verantwortungsvoll, sozial und ökologisch verträglich, entweder in Bioqualität oder nach den Kriterien des RSPO und der POIG, angebaut werden.

Der WWF empfiehlt, Palmöl mindestens in RSPO-Qualität zu beziehen und nicht auf Kokos- oder Sojaöl als Ersatz zurückzugreifen, das in ähnlich sensiblen Regionen wächst und wesentlich ertragsschwächer ist. Weil mehr Fläche für die Produktion einer Tonne benötigt wird, führt die Substitution von Palmöl durch Kokos oder Soja also nur zu einer Verlagerung oder Verschlimmerung ökologischer Probleme. Werden Sonnenblumen- oder Raps-Öl eingesetzt, sollten die Pflanzen auch aus heimischer Produktion (Europäische Union und Ukraine) und nicht aus Übersee stammen. Alle Substitute müssen unter strengen sozialen und ökologischen Nachhaltigkeitskriterien angebaut werden. Eine Substitution mit fossilen Rohstoffen, beispielsweise bei Kerzen, ist aus ökologischer Sicht nicht sinnvoll. Eine entsprechende Substitutionsstrategie kommt bei Netto bis dato nicht flächendeckend und systematisch zum Einsatz. Noch werden Ersatzstoffe nicht auf ihre Nachhaltigkeit im Vergleich zu Palmöl bewertet.



Foto: Phadungalk Sawasdee / Shutterstock

2

SOJA / NACHHALTIGERE NUTZTIERFÜTTERUNG

.4

2.4

SOJA / NACHHALTIGERE NUTZTIERFÜTTERUNG

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

**2.4 Soja/Nachhaltigere
Nutztierfütterung**

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Der Themenschwerpunkt fördert durch international anerkannte Zertifizierung eine nachhaltigere Futtermittellieferkette. Eines der Ziele ist die Gentechnikfreiheit für alle Futtermittel. In den optimierten Futtermischungen sollen die Eiweißbestandteile zu einem höheren Anteil aus heimischen Körnerleguminosen stammen. Die Unterstützung nachhaltiger Landwirtschaftspraktiken durch internationale Zertifizierungen wie ProTerra, Donau Soja, RTRS gentechnikfrei wirkt sich positiv auf das Klima aus. Ein Beispiel für den Aufbau und Erhalt nachhaltigerer Futtermittellieferketten sind die Netto-TK-Hähnchen aus nachhaltigerer Fütterung. Die Förderung solcher Produkte schützt Landökosysteme und trägt zu ihrer nachhaltigen Nutzung bei.

Netto und WWF: Gemeinsamer Beitrag zu den SDGs durch die Zusammenarbeit im Themenfeld Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung



2.4

IMPORTSOJA ALS FUTTERMITTEL ERSETZEN

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

ALTERNATIVE ANBAUGEBIETE UND PFLANZEN BEWAHREN ÖKOSysteme UND ARTENVIELFALT

» Jährlich werden mehr als 35 Millionen Tonnen Soja als Bohnen oder Schrot in die EU importiert. Der Hauptanteil, zirka 75 Prozent der globalen Produktion, kommt als proteinreiches Futtermittel in der Nutztierhaltung zum Einsatz. Allein Deutschland verbraucht rund 4,5 Millionen Tonnen Futter-Soja. Von der Geflügel- bis zur Milchkuhhaltung und insbesondere der Schweinefütterung ist Soja das mit Abstand am meisten eingesetzte Proteinfuttermittel und damit auch Bestandteil vieler Lebensmittel. Soja im Futter zu ersetzen bleibt eine Herausforderung, denn es enthält besonders wertvolle Proteine sowie Aminosäuren und ist besonders gut verdaulich. Für die nötigen Anbauflächen werden – überwiegend in Südamerika – ökologisch wertvolle Waldflächen gerodet. Besonders betroffen sind die Regionen im Amazonas und Cerrado, die einzigartige Ökosysteme und eine unvergleichliche Artenvielfalt beherbergen. Im Cerrado fallen dem Sojaanbau jährlich rund 90.000 Hektar Fläche zum Opfer.

AUF ZERTIFIZIERTES SOJA UND HEIMISCHE PFLANZEN UMSTELLEN

» Dabei stehen bereits genügend Anbauflächen zur Verfügung, die es in Zukunft nachhaltiger zu bewirtschaften gilt. Die Netto-Strategie beinhaltet, langfristig auf nachhaltigeres, gentechnikfreies und zertifiziertes Soja oder heimische bzw. europäische Proteinfuttermittel umzustellen. Auf Basis ausgewählter Standards des Round Table on Responsible Soy (RTRS), der ProTerra Foundation, der Marken Donau Soja oder Europe Soya sollen wichtige Kriterien einer umweltverträglicheren, entwaldungsfreien und sozialen Anbaupraxis in der Sojalieferkette umgesetzt werden. Denn auch Landraub oder Eingriffe in indigene Kulturen sind danach nicht zulässig.

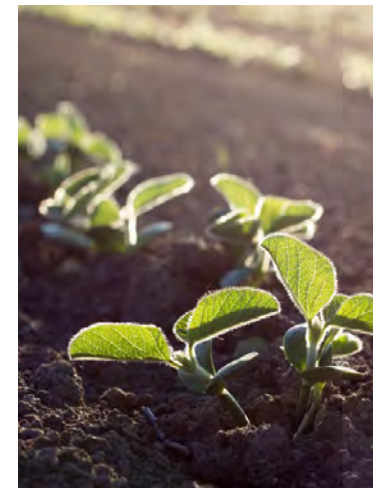


Foto: Jevtic / iStock

VIelfacher Gewinn: Bessere Böden, Weniger CO₂

» Auf das Weltklima würde sich eine zertifiziert nachhaltigere Nutztierfütterung ebenfalls positiv auswirken, da insbesondere Brandrodungen und der Transport großer Mengen Soja aus Übersee einen erheblichen CO₂ Ausstoß in der Sojalieferkette verursachen. Die Unterstützung einer heimischen, nachhaltigeren Proteinfuttermittel-Produktion hat somit das große Potenzial Treibhausgase einzusparen. In einem Projekt mit dem Einsatz von Donau Soja/Europe Soya in der Schweinefütterung zeigten Ergebnisse eine Einsparung von 40 Prozent der CO₂ Emissionen gegenüber konventionellem Soja. Weitere positive Auswirkungen wären auch für die Bodenfruchtbarkeit zu erwarten. Leguminosen wie Ackerbohne, Erbse oder Soja besitzen eine stickstoffspeichernde Eigenschaft, die Folgekulturen, wie z. B. Weizen, natürlichen Stickstoff im Boden zur Verfügung stellt. Somit könnten in der europäischen Landwirtschaft die Fruchtfolge durch Leguminosen (Eiweißpflanzen) aufgelockert und gleichzeitig synthetische Düngemittel eingespart werden.

2.4

DIE PARTNERSCHAFTSZIELE IM THEMENFELD SOJA/NACHHALTIGERE NUTZTIERFÜTTERUNG¹⁰

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Netto stellt beim Einsatz von Futtermitteln in der Schweine-, Rinder- und Geflügelernährung auf heimische bzw. europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, GVO-freies, zertifiziertes Soja um (RTRS+GVO-frei, Soja nach ProTerra-Richtlinien, Donau Soja/Europe Soya).

Im Segment Weiße Linie (darunter fallen alle Milcherzeugnisse außer Käse) will Netto für die Eigenmarken zur Erzeugung von 20 Prozent der Artikelmenge des Jahres 2017 in der Milchviehfütterung auf nachhaltigere Futtermittel (heimische bzw. europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, GVO-freies, zertifiziertes Soja nach RTRS+GVO-frei, Soja nach ProTerra-Richtlinien, Donau Soja/Europe Soya) umstellen. Weitere 70 Prozent sollen bis 30.06.2020 nachweislich aus GVO-freier Fütterung stammen. Bis 30.06.2022 will Netto den genannten Anteil einer nachhaltigeren Fütterung auf 40 Prozent erhöhen. Der Teilbereich Butter wird aus dieser Zielwertfestlegung ausgeklammert, um die Versorgungssicherheit mit GVO-freier

Fütterung sicherzustellen und mit ausgewählten Netto-Lieferanten zu testen. Bis 30.06.2022 soll eine Umstellung von 50 Prozent Butter aus GVO-freier Fütterung erreicht werden.

Im Segment Gelbe Linie – das sind Käseprodukte – will Netto zur Erzeugung von 50 Prozent der Artikelmenge des Jahres 2017 in der Milchviehfütterung auf den Einsatz von Sojakomponenten verzichten. Alternativ ist die

Fütterung mit nachhaltigerem, GVO-freiem, zertifiziertem Soja möglich. Das Ziel soll bis 30.06.2020 erreicht werden und gilt für Lieferanten und Molkereien, die überwiegend Milch aus Deutschland, Österreich und der Schweiz verarbeiten. Bis 30.06.2021 verfolgt Netto eine schrittweise Erhöhung des genannten Anteils auf 75 Prozent.

Im Segment Fleisch/Wurst (also frische und verarbeitete Fleischprodukte)

erarbeiten Netto und der WWF bis 2018 ein Konzept für eine schrittweise Umstellung auf nachhaltigere Fütterung. Auf dieser Basis wird gemeinsam entschieden, bis wann eine vollständige Umstellung bei den Eigenmarken erfolgt. Darüber hinaus führt Netto, entsprechend der genannten Positionierung, ein Startprojekt mit nachhaltigerer Fütterung durch. Das Ziel war, Produkte daraus ab 01.01.2019 bei Netto zu verkaufen.



Foto: fotokostic / iStock

¹⁰ In diesem Themenfeld gab es im Betrachtungszeitraum Anpassungen der vertraglich vereinbarten Zielsetzungen: In der Weißen Linie wurden die Zielwerte nach unten korrigiert.

2.4

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | STATUS 30.06.2020 | | AUSBLICK |
|--|-------------------|---|----------|
| Umstellung auf zertifiziert nachhaltigere bzw. GVO-freie Futtermittel nach Segmenten | | | |
| Weiße Linie | | | |
| 20 % der Artikelmenge des Jahres 2017 bis 30.06.2020 ¹¹ | ↓ | Eine zertifiziert nachhaltigere oder heimische Fütterung konnte in diesem Jahr bei keinem Produkt festgestellt werden. | ↩ |
| 50 % der Butter aus GVO-freier Fütterung bis 30.06.2022 | → | Bislang liefert kein Lieferant Butter aus GVO-freier Fütterung. | ↩ |
| 70 % der Artikelmenge des Jahres 2017 aus GVO-freier Fütterung bis 30.06.2020 | ↗ | Bei etwa 83 % der Artikelmenge des Jahres 2017 wurde im Berichtszeitraum eine Umstellung auf GVO-freie Fütterung ermittelt. | ↩ |
| Gelbe Linie | | | |
| 50 % der Artikelmenge des Jahres 2017 bis 30.06.2020 ¹² | ↓ | Eine zertifiziert nachhaltigere oder heimische Fütterung konnte in diesem Jahr bei keinem Produkt festgestellt werden. Bei 87 % der Artikelmenge des Jahres 2017 wurde im Berichtszeitraum eine Umstellung auf GVO-freie Fütterung erreicht. | ↩ |
| Fleisch/Wurst | | | |
| Erarbeitung eines Konzeptes zur Umstellung auf nachhaltigere Fütterung | → | Bis zum Stichtag wurde kein Umstellungskonzept erarbeitet. Die Bausteine des Konzeptes befinden sich jedoch in Abstimmung. | ↩ |
| Durchführung eines Projektes | → | Das Startprojekt wird mit GVO-freier Fütterung fortgeführt. Das Ziel einer zertifiziert nachhaltigeren Fütterung bleibt bestehen. | ↩ |
| Startprojekte | | | |
| Eier aus Bodenhaltung („Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“) | ↗ | Rund 74 % der Eier aus Bodenhaltung stammen aus zertifiziert nachhaltigerer Fütterung. | ↩ |
| Hähnchen TK (Gourmeat) | ↑ | Bereits im Mai 2016 wurde die Umstellung auf nachhaltigere Fütterung erreicht. Sie konnte auch im aktuellen Berichtszeitraum erneut bestätigt werden. | ✓ |

¹¹ Gemäß Zielvereinbarung wird als Bezugsbasis für die Errechnung der prozentualen Anteile das Gesamtsortiment des Jahres 2017 herangezogen.

¹² Gemäß Zielvereinbarung wird als Bezugsbasis für die Errechnung der prozentualen Anteile das Gesamtsortiment des Jahres 2017 herangezogen. Entsprechend der Zielvereinbarung bezieht sich diese Menge auf die DACH-Region, d. h. das Ziel gilt zunächst für Lieferanten und Molkereien, die überwiegend Milch aus Deutschland, Österreich und der Schweiz verarbeiten.

2.4

UMSTELLUNG AUF ZERTIFIZIERT NACHHALTIGERE FUTTERMITTEL IN DEN TEILSEGMENTEN WEISSE UND GELBE LINIE SOWIE FLEISCH/WURST

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser
- 2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Im Segment Gelbe Linie ließ sich in diesem Jahr eine deutliche Steigerung von etwa 15 Prozent der VLOG (Verband Lebensmittel ohne Gentechnik e.V.)-Artikel feststellen. Verglichen mit dem Vorjahr bedeutet das eine Erhöhung um ein Drittel der gesamten VLOG-Artikel (Abb. 5). Bei der Weißen Linie gab es eine prozentuale Erhöhung von 4 Prozent im Vorjahres-Vergleich (Abb. 6), im Segment Fleisch/Wurst jedoch keine nennenswerte Steigerung der nach VLOG-zertifizierten Artikelmenge. Außerdem konnte die Artikelmenge für „Gutes Futter“ in der Weißen Linie um rund 17 Prozent erhöht werden. Eine Umstellung auf nachhaltigere Fütterung wird für alle Bereiche weiterhin verfolgt.

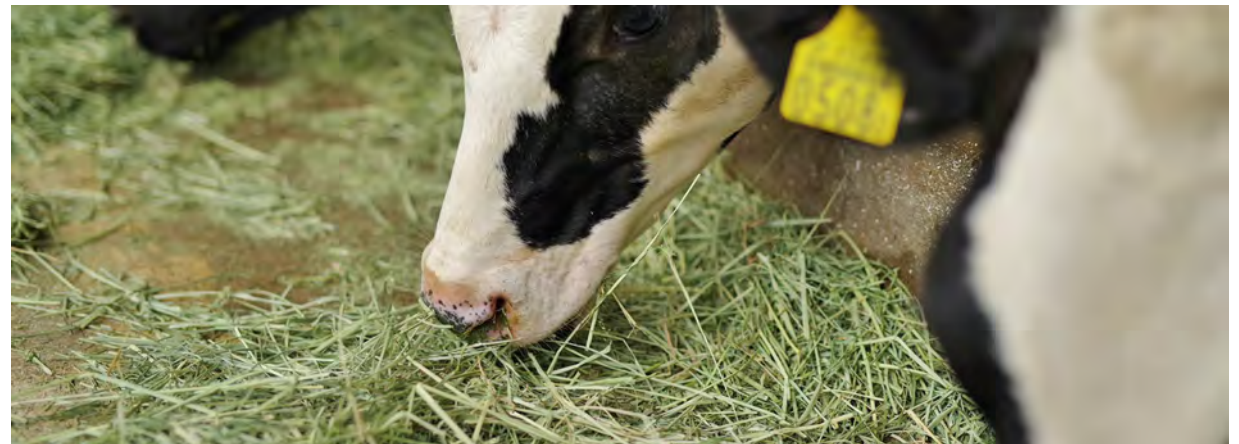


Foto: Goroan / shutterstock

ENTWICKLUNG DER UMGESTELLTEN MENGEN im Segment Gelbe Linie

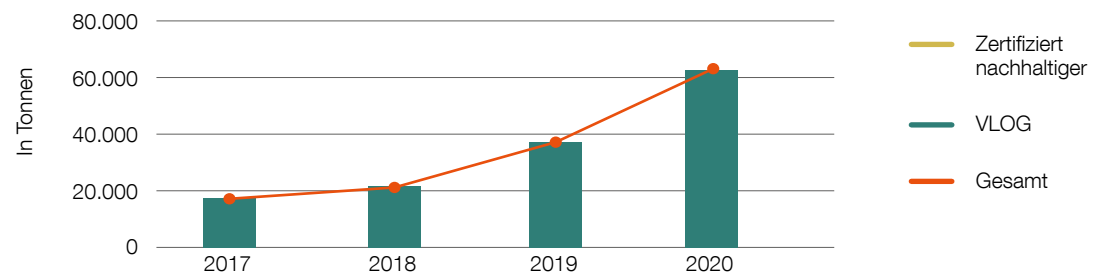


Abbildung 5: Entwicklung der umgestellten, abgenommenen Mengen der Netto-Eigenmarken im Segment Gelbe Linie in Tonnen nach zertifiziert nachhaltiger Fütterung und VLOG. Der Betrachtungszeitraum für 2020 war 01.07.2019 bis 30.06.2020.

2.4

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

ENTWICKLUNG DER UMGESTELLTEN MENGEN im Segment Weiße Linie

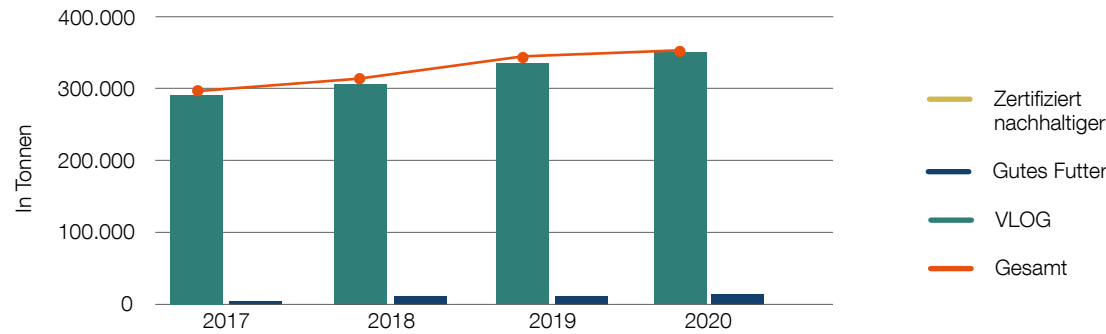


Abbildung 6: Entwicklung der umgestellten, abgenommenen Mengen der Netto-Eigenmarken im Segment Weiße Linie in Tonnen nach zertifiziert nachhaltigerer Fütterung, VLOG und Gutes Futter¹³. Der Betrachtungszeitraum für 2020 war 01.07.2019 bis 30.06.2020.

ENTWICKLUNG DER UMGESTELLTEN MENGEN im Segment Fleisch/Wurst

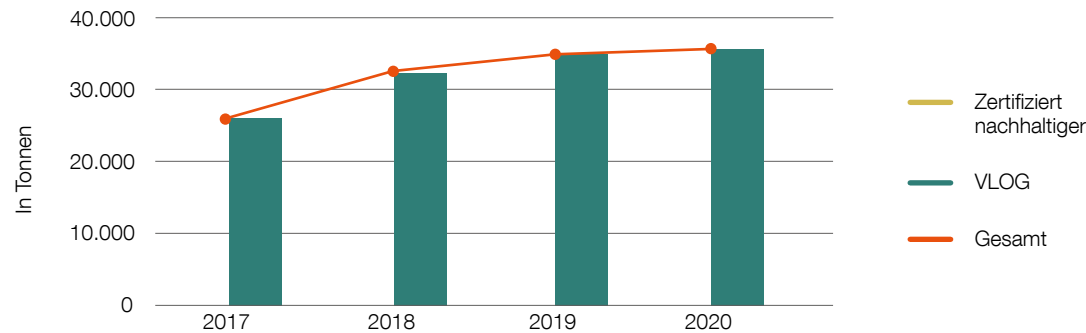


Abbildung 7: Entwicklung der umgestellten, abgenommenen Mengen der Netto-Eigenmarken im Segment Fleisch/Wurst in Tonnen nach zertifiziert nachhaltigerer Fütterung und VLOG. Der Betrachtungszeitraum für 2020 war 01.07.2019 bis 30.06.2020.

¹³ Zusätzlich zur VLOG-Zertifizierung gibt es die Kategorie „Gutes Futter“. Diese gilt für Netto-Lieferanten, die eine VLOG-Zertifizierung aufgrund nicht auszuschließender gentechnisch veränderter Produktkomponenten derzeit nicht erreichen können, deren aber Futter GVO-frei ist.

2.4

UMSTELLUNG IN LAUFENDEN PROJEKTEN

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

STARTPROJEKT EIER AUS BODENHALTUNG

Die Entwicklung der gentechnik-freien und nachhaltigeren Fütterung von Legehennen zeigte in diesem Jahr einen sehr positiven Verlauf. Wie in Abbildung 8 dargestellt, wird an der Umstellung auf nachhaltigeres, zertifiziertes Soja kontinuierlich gearbeitet. Dabei handelt es sich um geschätzte prozentuale Anteile für die gemeldeten Liefermengen.



Foto: Matee Nuem / Shutterstock

STUFENWEISE UMSTELLUNG AUF EINE NACHHALTIGERE FÜTTERUNG der Legehennen für Eier aus Bodenhaltung „Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“

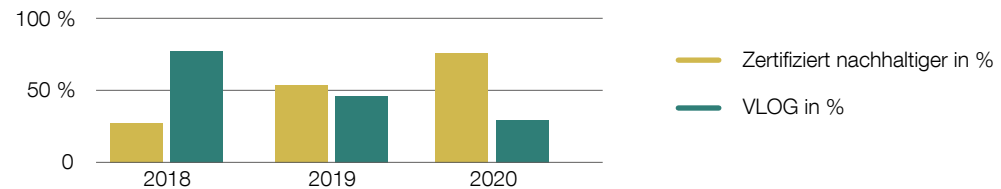


Abbildung 8: Auswertung der Daten über die Entwicklung der Anteile von VLOG und Nachhaltiger Fütterung 2018–2020

Im Segment Eier war die Strategie einer phasenweisen Umstellung mit der VLOG gentechnikfrei-Zertifizierung als Zwischenschritt erfolgreich. Der Prozentsatz der nachhaltiger gefütterten Legehennen lag 2018 noch bei 53 Prozent. Im Jahr 2020 liegt das Ergebnis bei nahezu 74 Prozent – eine Steigerung um knapp 21 Prozentpunkte. Verglichen mit 2019 konnte Netto in diesem Jahr mehr als 20 Prozent der Eier

von einer gentechnikfreien Fütterung auf zusätzliche Nachhaltigkeitsanforderungen gemäß ProTerra und RTRS+GVO-frei umstellen.

STARTPROJEKT TK-HÄHNCHEN

Die 100 Prozent nachhaltige Fütterung im Bereich der Eigenmarke „Gourmeat“ für Tiefkühl-Hähnchen ist weiter fortzuführen.

2.4

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK



Foto: Lore Imspurn

UMSTELLUNG DER FUTTERMITTEL IN DEN STARTPROJEKTEN

| STARTPROJEKT | UMGESTELLT NACH | |
|--|--|---|
| | ZERTIFIZIERT NACHHALTIGER ¹⁴ IN % | AUSSCHLIESSLICH VLOG ¹⁵ IN % |
| Eier aus Bodenhaltung („Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“) | 73,5 % | 26,5 % |
| Hähnchen TK (Gourmeat) | 100 % | 0 |

Tabelle 5: Umstellung bei den Startprojekten im Betrachtungszeitraum 01.07.2019–30.06.2020.

¹⁴ Die Kategorie „zertifiziert nachhaltiger“ entspricht der o. g. Zielsetzung: Umstellung auf heimische bzw. europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, GVO-freies, zertifiziertes Soja (RTRS+GVO-frei, Soja nach ProTerra-Richtlinien, Donau Soja/Europe Soja).

¹⁵ VLOG bezeichnet den „Verband Lebensmittel Ohne Gentechnik“. Dieser zertifiziert Produkte, die ohne die Verwendung von gentechnisch veränderten Organismen hergestellt werden. Auf nachhaltige Fütterung umgestellte Artikel werden gleichzeitig auch GVO-frei gefüttert.

KLIMA

2.5

KLIMA

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

- 2.6 Süßwasser
- 2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Für den Klimaschutz ist bezahlbare und saubere Energie ein Schwerpunktthema. Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz sowie der Ausbau erneuerbarer Energien leisten einen wichtigen Beitrag zur globalen Energiewende. Die Verringerung direkter und indirekter Treibhausgasemissionen, die an den Netto-Standorten, durch die Bewegungen der Fahrzeugflotte, vor allem aber in den Produktlieferketten entstehen, trägt unmittelbar zum Klimaschutz bei. Deshalb sind eine verantwortungsvolle Produktion und nachhaltiger Konsum so bedeutend. In Zusammenarbeit mit den Lieferanten lässt sich der Klima-fußabdruck von Produkten verringern. Netto-Kundinnen und -Kunden werden für klimafreundlicheres Einkaufen sensibilisiert. Eine Reduktion der Treibhausgasemissionen bremst zugleich die Erwärmung und Versauerung der Ozeane und erhält die Biodiversität natürlicher maritimer Habitate. Auch für das Leben an Land bedeutet der Rückgang der Emissionen den Erhalt von Ökosystemen und vielfältigen Arten, die sich nur sehr langsam an Klimaveränderungen anpassen können.

Netto und WWF: Gemeinsamer Beitrag zu den SDGs durch die Zusammenarbeit im Themenfeld Klima



2.5

KLIMASCHUTZ IST LEBENSGRUNDLAGE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

- 2.6 Süßwasser
- 2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

MIT LOKALEM HANDELN GEGEN DIE GLOBALE WIRKUNG

» Der menschengemachte Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Treibhausgase werden zwar lokal freigesetzt, verteilen sich dann jedoch in der Atmosphäre und heizen unseren Planeten weltweit auf – mit schweren Folgen für Mensch und Natur. Die Unterzeichnerstaaten des UN-Klimaabkommens haben 2015 in Paris beschlossen, den Anstieg der globalen Durchschnittstemperatur auf deutlich unter 2 Grad, möglichst 1,5 Grad zu begrenzen. Dafür muss das Wirtschaftssystem klimaneutral werden. Unternehmen müssen ihre Emissionen stark reduzieren. Das Klimaziel von Netto orientiert sich am Reduktionspfad Richtung 1,5 Grad.

STANDORTE ENERGIEEFFIZIENT GESTALTEN

» Emissionen innerhalb der Unternehmensgrenzen der Netto-Märkte entstehen durch den Energieverbrauch vor allem für Beleuchtung und Kühlung sowie durch Kältemittelverluste und den Kraftstoffverbrauch der eigenen Fahrzeugflotte. Auf dem Weg zur Klimaneutralität ist Energieeffizienz ein unverzichtbarer Baustein im Maßnahmenmix. Denn je weniger Energie benötigt wird, desto weniger Kohle, Erdöl und Erdgas sind notwendig. Um den Klimafußabdruck zu verkleinern, setzt Netto deshalb an allen Standorten auf ressourcen- und energiesparende LED-Beleuchtung, energieeffiziente Kältetechnik, klimafreundlichere Kältemittel und Wärmerückgewinnungssysteme. Für den Warentransport werden verbrauchsarme Fahrzeugmodelle genutzt und Fahrer regelmäßig in kraftstoffsparender Mobilität geschult. Zudem setzt Netto auch selbst an verschiedenen Standorten auf die Nutzung erneuerbarer Energien, beispielsweise mit Photovoltaikanlagen.



Foto: VoNettoStock / iStock

KLIMASCHUTZ IN DEN LIEFERKETTEN VERANKERN

» Ein Großteil der indirekten Emissionen entsteht außerhalb der Unternehmensgrenzen entlang der Lieferketten. Um wirksamen Klimaschutz stärker in den Lieferketten zu verankern, wird die Zusammenarbeit mit Lieferanten verschiedener Sortimentsbereiche über die Gründung der Climate Supplier Initiative ausgebaut. Als drittgrößter Lebensmitteldiscounter Deutschlands kann Netto zu einer besseren Bilanz viel beitragen.

2.5

DIE KLIMASCHUTZ-PARTNERSCHAFTSZIELE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

- 2.6 Süßwasser
- 2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Netto will die Treibhausgasemissionen, jeweils im Vergleich zum Basisjahr 2011 und bezogen auf die Verkaufsfläche in Quadratmetern, um 30 Prozent bis zum Jahr 2020 und um 50 Prozent bis zum Jahr 2025 reduzieren.

Netto legt in einem Fahrplan fest, welche Klimaschutzmaßnahmen für die eigenen Standorte einen proportionalen Beitrag zur Erreichung der verbundweiten Treibhausgasreduktionsziele leisten. Diesen Fahrplan veröffentlicht Netto bis zum 31.01.2018 und setzt ihn in den Folgejahren (2018–2022) um.

Darüber hinaus engagiert sich Netto zusammen mit EDEKA und dem WWF in der Climate Supplier Initiative (CSI), deren Gründung geplant ist. Die CSI bringt Lieferanten des Lebensmittel-sektors zusammen, um gemeinsam wirksamen Klimaschutz zu etablieren. In der CSI wollen die Partner bis zum 31.01.2019 einen Maßnahmenplan für die Folgejahre (2019–2022) erstellen.

Mit Bezugnahme auf das Basisjahr 2011 veröffentlicht Netto künftig alle zwei Jahre eine Klimabilanz¹⁶.



¹⁶ Wie im Fortschrittsbericht 2018/2019 erläutert, wurde eine grobe Abschätzung der sortimentsbezogenen Treibhausgasemissionen mit Hilfe des „Scope 3 Evaluator“ (<https://ghgprotocol.org/scope-3-evaluator>) vorgenommen. Aufgrund der aktuell hohen Unschärfe der Abschätzung wird auf eine umfassende Darstellung dieser Emissionen in der Klimabilanz verzichtet. Netto arbeitet weiterhin an der Verbesserung der Datenbasis und -qualität dieser Emissionen.

2.5

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

- 2.6 Süßwasser
- 2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| OBER- UND TEILZIELE | STATUS 30.06.2020 | AUSBLICK |
|--|---|----------|
| OBERZIEL | | |
| Reduktion der Treibhausgasemissionen bezogen auf die Verkaufsfläche in Quadratmetern um 30 % bis zum Jahr 2020 und um 50 % bis zum Jahr 2025 im Vergleich zum Basisjahr 2011. | → Die Klimabilanz 2017 wurde erstellt und von einem externen Prüfer verifiziert. Die Treibhausgasemissionen gingen um mehr als 35 % zurück. | ↪ |
| TEILZIEL | | |
| Klimaschutz im Unternehmen | | |
| Erstellung eines Maßnahmenfahrplans bis zum 31.01.2018. Umsetzung in den Folgejahren | → Der Klimaschutz-Maßnahmenfahrplan wird im Rahmen der Erarbeitung eines ganzheitlichen Energiekonzeptes und einer umfassenden Klimastrategie weiterentwickelt. | ↪ |
| Flächendeckende Umrüstung auf LED-Beleuchtung und optimierte Lichtnutzung bis Ende 2018 | ↗ Netto rüstet seine Standorte sukzessive um. Insgesamt sind nun ca. 93 % der Filialen mit LED-Beleuchtung ausgestattet. Dies trug in den Filialen zu einer Emissionssenkung von etwa 10 % bei. | ↪ |
| Bei Neuanschaffung ausschließlich hocheffiziente Kälteanlagen und natürliche Kältemittel einsetzen und diese Umrüstung auch in den Bestandsfilialen vorantreiben | ↗ Insgesamt sind nun 51 % der Filialen mit modernen Tiefkühltruhen ausgestattet, im Bereich Normalkälte sind es 55 % der Filialen. Insgesamt gingen so etwa 45 % der Emissionen durch Kältemittel zurück. | ↪ |
| Optimierung von Logistikprozessen und Dienstreisen | ↗ Netto plant, den Eigenfuhrpark bis 2021 vollständig auf verbrauchsärmere Modelle umzustellen. Aktuell sind mehr als 85 % umgestellt. | ↪ |
| Ableitung weiterer Maßnahmen aus dem Energiemanagement | → Dieses Teilziel baut auf dem Teilziel Erstellung eines Maßnahmenfahrplans auf, der weiterentwickelt wird. | ↪ |
| Klimaschutz im Sortiment | | |
| Gründung einer Climate Supplier Initiative mit Akteuren der Branche für gemeinsame Klimaschutzmaßnahmen in der Lieferkette. Erstellung eines Fahrplans bis zum 31.01.2019. Umsetzung des Fahrplans in den Folgejahren. | → Der Start der CSI hat sich verzögert und ist nun für Anfang 2021 geplant. Gründungsteilnehmer wurden festgelegt und erste Pilotprojekte gestartet. | ↪ |

2.5

UMSTELLUNG IN LAUFENDEN PROJEKTEN

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

- 2.6 Süßwasser
- 2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

REDUKTION DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN

Im Berichtszeitraum hat Netto seine Klimabilanz 2017 fertiggestellt und erfolgreich extern bestätigen lassen. Der Vergleich mit den Emissionen des Basisjahres 2011 zeigte, dass die Treibhausgasemissionen seitdem deutlich verringert werden konnten. Die Publikation der Bilanz steht noch aus.

KLIMASCHUTZ-AKTIVITÄTEN BEI STANDORTEN UND FUHRPARK

Die Umstellung auf LED-Beleuchtung und moderne Kältetechnik ist fortgeschritten. Allein 2019 wurden deutschlandweit 105 Netto-Filialen neu eröffnet, 525 modernisiert und 139 Großumbau-projekte umgesetzt. Aktuell sind somit insgesamt 93 Prozent der Filialen mit LED-Beleuchtung und 51 Prozent aller Filialen mit effizienten Tiefkühltruhen ausgestattet. Die Normalkältetechnik wurde in 55 Prozent der Filialen modernisiert bzw. umgerüstet. Die Netto-Filialen konnten somit etwa 10 Prozent der Emissionen im Bereich Strom und etwa

45 Prozent der Emissionen bei den Kältemitteln reduzieren.

In der Logistik plant Netto seit 2019, den Eigenfuhrpark weiter zu modernisieren und bis zum Jahr 2021 vollständig auf verbrauchsärmere Fahrzeuge umzustellen. Zum Fuhrpark

zählen aktuell über 530 LKW. Seit 2016 werden nur noch Modelle der Schadstoffklasse 6 aufgenommen. Seither wurden bereits 470 LKW umgestellt. Die übrigen Fahrzeuge der Schadstoffklasse 5 ersetzt Netto bis Ende 2021. Die Modernisierung durch verbrauchsärmere Modelle,

Dachspoiler und veränderte Fahrprogramme spart pro 100 Kilometer durchschnittlich 1,5 Liter Diesel. Die Umstellung der übrigen LKW bedeutet eine zusätzliche jährliche Ersparnis von mehr als 57.000 Liter Dieselmotorkraftstoff, was in etwa 150 Tonnen Kohlendioxid-Äquivalenten entspricht.



2.5

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere
Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

KLIMASCHUTZ IN GEBÄUDEN

Bei jeder Baumaßnahme prüft Netto, wie sich erneuerbare Energien optimal einsetzen und Ressourcen weiter schonen lassen. Zu den Maßnahmen gehören unter anderem:

- Energiesparende Kälteerzeugung
- Gebäudeleittechnik mit zentraler Marktsteuerung
- Nutzung von Prozessabwärme aus der Kältetechnik zur Gebäudebeheizung
- Komfort-Türluftschleier mit patentierter Infrarot-Regelungstechnik für geringsten Energieverbrauch
- Tiefkühltruhen der höchsten Effizienzklasse
- Moderne Lüftungsanlagen mit Wärmerückgewinnung und bedarfsabhängiger Regelung
- Hocheffiziente LED-Beleuchtungskonzepte unter Berücksichtigung von gesundheitlichen und ergonomischen Gesichtspunkten
- Entwicklung und Aufbau von Ladekonzepten für E-Mobilität
- Entwicklung von Stromspeicherkonzepten

All dies kommt auch dem Umwelt- und Klimaschutz zugute: Beispielsweise verbraucht die aktuell in den Netto-Filialen eingesetzte Kältetechnik 30 Prozent weniger Strom als noch im Jahr 2012. Für dieses Engagement ist Netto schon mehrfach von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) ausgezeichnet worden.



ZUSAMMENARBEIT MIT LIEFERANTEN

Um die sortimentsbezogenen Treibhausgasemissionen weiter zu verringern, unterstützt Netto künftig eine intensivere Zusammenarbeit von Lieferanten. Für diesen Ansatz eines ganzheitlichen Lieferantenmanagements wurden zunächst die bestehenden Klimaschutzleistungen der einzelnen

Lieferanten erfasst. Sie sollen in Zukunft mehr Verantwortung übernehmen und ihre Klima-Performance kontinuierlich verbessern. Teilnehmende Lieferanten an der Climate Supplier Initiative, deren Gründung geplant ist, erhalten von dort Hilfestellungen bei der Umsetzung ihrer Klimaschutzaktivitäten.

2.5

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung

2.5 Klima

- 2.6 Süßwasser
- 2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

DER STROM WIRD IMMER GRÜNER

Die EVG¹⁷ versorgt große Teile der Netto-Standorte mit Strom und Erdgas. Über den Versorger wird ein Strommix bezogen, der im Vergleich zum Bundesstrommix höhere Anteile an erneuerbaren Energien und geringere Anteile an fossilen Energieträgern und Kernkraft enthält. Dadurch ist der spezifische Emissionsfaktor geringer als der Bundesdurchschnitt. Im Jahr 2018 lag der Emissionsfaktor des deutschen Strommix bei 468 Gramm Kohlendioxid pro Kilowattstunde (Quelle: Umweltbundesamt¹⁸), der versorgerspezifische Emissionsfaktor der EVG dagegen mit nur 299 Gramm Kohlendioxid pro Kilowattstunde 36 Prozent unter dem Schnitt. Der Stromverbrauch von Netto verursacht einen Großteil der Treibhausgasemissionen. Darum spielt auch die CO₂-Intensität des bezogenen Stroms eine entscheidende Rolle bei der Erreichung der Klimaziele. Netto und die EVG planen daher, den Bezug von klimafreundlichem Strom aus erneuerbaren Energiequellen weiter auszubauen und den spezifischen Emissionsfaktor des Netto-Strommix weiter zu reduzieren.

ENTWICKLUNG DER BUNDESWEITEN UND EVG-SPEZIFISCHEN EMISSIONSFAKTOREN STROMMIX

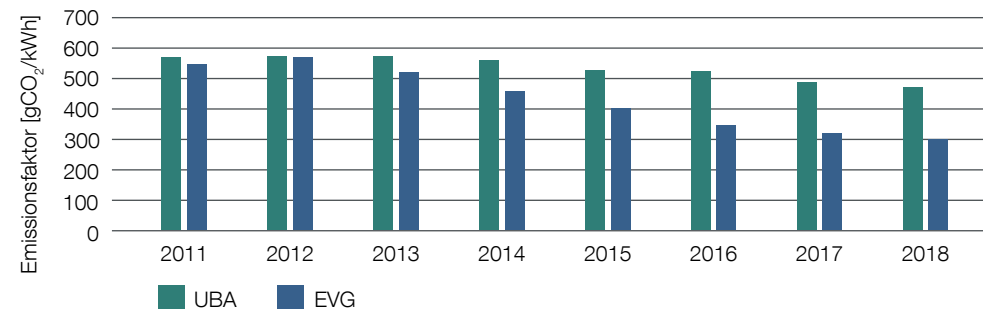


Abbildung 9: Entwicklung des bundesweiten EVG-spezifischen Emissionsfaktoren Strommix (Quelle UBA).

¹⁷ EVG – EDEKA Versorgungsgesellschaft mbH.

¹⁸ <https://www.umweltbundesamt.de/themen/klima-energie/energieversorgung/strom-waermeversorgung-in-zahlen#Strommix>

SÜSSWASSER

.6

2.6

SÜSSWASSER

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere
Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Ein nachhaltiger Umgang mit Wasser ist wichtiger Bestandteil einer resilienten Landwirtschaft, die zur Erhaltung der Ökosysteme beiträgt, auf Klimaveränderungen eingestellt ist und Ernährungssicherheit gewährleistet. Der Water Stewardship Ansatz unterstützt den Schutz und die Wiederherstellung wasserbezogener Ökosysteme, die Verbesserung der Wasserqualität, die Reduktion der genutzten Wassermenge, die Sicherstellung von Trinkwasser- und Sanitärversorgung und die Stärkung eines nachhaltigeren Wasserressourcenmanagements in den Flussgebieten. Lokal angepasste Maßnahmen zur Risikoreduktion fördern einen nachhaltigen Konsum und eine verantwortungsvolle Produktion vor Ort, indem eine nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen gewährleistet wird. Nachhaltige Wassermanagementpraktiken machen widerstandsfähig gegen den Klimawandel, denn sowohl Wasserressourcen als auch Pflanzenschutzmittel werden sparsam eingesetzt. Das schützt die Ökosysteme an Land und fördert die Biodiversität.

Netto und WWF: Gemeinsamer Beitrag zu den SDGs durch die Zusammenarbeit im Themenfeld Süßwasser



2.6

WASSER IST LEBEN

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima

2.6 Süßwasser

- 2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

MIT EINEM KNAPPEN GUT WERTSCHÄTZEND WIRTSCHAFTEN

» Wasser ist eine lebenswichtige Ressource und nur in extrem begrenzten Mengen verfügbar. Nur etwa ein Prozent der globalen Süßwasservorräte sind für den Menschen leicht zugänglich. Dennoch benötigen wir Wasser in allen Lebensbereichen: im Haushalt, in der Produktion, zur Energiegewinnung. Ein Großteil der weltweit zugänglichen Wasservorräte wird für unsere Nahrungsmittelproduktion benötigt. Mit 70 Prozent ist die Landwirtschaft weltweit der größte Wassernutzer. Zugleich ist gerade die Landwirtschaft auf ausreichendes und sauberes Wasser angewiesen. In den meisten Anbauregionen ist Süßwasser allerdings oft knapp, verschmutzt, schlecht reguliert oder ungerecht verteilt. In der Partnerschaft wurde daher ein Wassermanagementsystem entwickelt, um die Süßwasserressourcen vor Ort zu schützen und einen nachhaltigeren Umgang mit diesem knappen Gut durchzusetzen. Mit Hilfe des Water Risk Tools werden Landwirtschaftsbetriebe bei der Analyse ihrer Wasserrisiken unterstützt. In Pilotprojekten wird gezeigt, wie sich Süßwasser effizient und ressourcenschonend einsetzen lässt und für eine nachhaltigere Wassernutzung in den umliegenden Flussgebieten gesorgt werden kann. Außerdem werden Lieferanten im Rahmen des Water Partners Program dabei begleitet, Maßnahmen zur Verringerung ihrer Wasserrisiken umzusetzen. So z. B. mit Hilfe des Standards Alliance for Water Stewardship (AWS), welche Produzierende dabei unterstützt, gemeinsam mit anderen Anrainern ein nachhaltigeres Wassermanagement im lokalen Flussgebiet umzusetzen. Netto und WWF setzen sich darüber hinaus für eine Markttransformation zur nachhaltigeren Wassernutzung ein und fördern die Aufnahme verbesserter Wasserkriterien in Landwirtschaftsstandards.

GEMEINSAME LÖSUNGEN FÜR EINE GETEILTE RESSOURCE

» Der Klimawandel wird sich vor allem über Wasser bemerkbar machen, z. B. durch immer öfter auftretende und intensivere Extremwetterereignisse, wie Dürren und Überflutungen. Wasserrisiken werden sich vielerorts weiter verschärfen – sei es durch zu viel, zu wenig oder verschmutztes Wasser. Um lokale Herausforderungen angehen zu können, muss Wasser als geteilte Ressource aller Menschen innerhalb eines Flussgebietes verstanden werden. Probleme lassen sich nicht von einer Farm allein bewältigen, sondern erfordern kollektives Handeln.

VERBRAUCH VERRINGERN, QUALITÄT SICHERN

» Anlässlich des Zitrusprojekts, das Netto in Partnerschaft mit dem WWF seit Jahren durchführt, wird im spanischen Andalusien unter anderem auf die Verbesserung der Wassernutzung geachtet. Iberesparragal wurde als erster landwirtschaftlicher Betrieb Europas mit dem Gold-Status des Wassernachhaltigkeitsstandards AWS (Alliance for Water Stewardship) zertifiziert. Mit der Zertifizierung haben unabhängige Prüfer bestätigt, dass die Finca Wasser sparsam einsetzt, Verschmutzungen vermeidet und somit einen Beitrag zum Schutz von Ökosystemen und der Region leistet. Dem Water Stewardship-Konzept folgend ist eine nachhaltigere Wassernutzung im Flussgebiet nur durch die Zusammenarbeit mit anderen Wassernutzern und Interessengruppen zu erreichen. Das Zitrusprojekt engagiert sich deshalb, gemeinsam mit derzeit zwölf Projektfarmen und den Water Steward-Prinzipien folgend, über die Betriebsgrenzen der einzelnen Produzierenden hinaus für eine nachhaltige Wassernutzung im Flussgebiet. Im Rahmen von gemeinsamen Aktionen, wie beispielsweise einer Müllsammelaktion am Flusslauf des Guadalquivir oder der Entwicklung von Informationsmaterialien, sollen auch andere Landwirtinnen und Landwirte in der Region für den verantwortungsvollen Umgang mit der Ressource Wasser sensibilisiert werden.

2.6

DIE PARTNERSCHAFTSZIELE IM THEMENFELD SÜSSWASSER

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere
Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser**
- 2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Bis Anfang 2018 führt Netto das von EDEKA und WWF entwickelte interne, digitale Wassermanagementsystem für den Bereich Obst und Gemüse ein. Das gilt allerdings nur für Waren, die Netto über den Verbund bezieht. In der webbasierten Lösung, dem EDEKA-Wasserrisiko-Tool (WRT), sind die Produktionsstandorte der Liefe-

ranten erfasst. Süßwasserkriterien gehören zu den Produktionskriterien von Obst- und Gemüselieferanten. Deren Wasserrisiko wird mit Hilfe globaler Datenmodelle ermittelt. In kritischen Fällen – beispielsweise bei Wasserknappheit oder -verschmutzung vor Ort – werden Trainings oder Zertifikate empfohlen bzw. eingefor-

dert, die den vorbildlichen Umgang mit Wasserressourcen zur Risikominderung belegen.

Bis Anfang 2018 entwickelt das neue Wassermanagement ein Verfahren zur Evaluierung der konkreten Veränderungen. Es wird Mitte 2018 erstmals durchgeführt.

In einem Pilotprojekt zum Zitrusfrüchteanbau in Spanien wollen die Partner einen Zulieferer mit dem Wasser-Umweltsiegel der Alliance for Water Stewardship (AWS) auszeichnen. Alle teilnehmenden Fincas im Zitrusprojekt setzen auf ihren Plantagen und in den betroffenen Flussgebieten Maßnahmen um wie die Installation von Feuchtigkeitssonden im Boden.



Foto: Christian Schmidt

2.6

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

2.1 Fisch und Meeresfrüchte

2.2 Holz, Papier, Tissue

2.3 Palmöl

2.4 Soja/Nachhaltigere
Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | | STATUS 30.06.2020 | AUSBLICK |
|--|---|---|----------|
| Reduktion von Wasserrisiken in Flussgebieten und auf Farmebene | | | |
| Risikotransparenz: Erhöhung des Anteils der im WRT erfassten Umsatzmengen an Gesamtumsatzmengen des Fruchtkontors | ↗ | 15,6 % sind im WRT erfasst. | ↗ |
| Risikoreduktion: Erhöhung des Anteils der Umsatzmengen mit vollständiger Nachweiserbringung im Verhältnis zu Gesamtumsatzmengen des Fruchtkontors | ↗ | Für 3,2 % der Gesamtumsatzmengen von FK-Lieferanten aus Wasserrisikoländern wurden die Nachweise vollständig erbracht. | ↗ |
| Internes Wassermanagementsystem | | | |
| Aktualisierung des Water Risk Filters | ↗ | Die Datengrundlage des Water Risk Filters wird jährlich aktualisiert. | ↗ |
| Ausweitung des internen Wassermanagementsystems auf weitere Produktgruppen | ↗ | Anforderungen für weiterverarbeitete Produkte wurden im WRT umgesetzt. | ↗ |
| AWS-Implementierung in Pilotgebieten | ↗ | Alle Zitrusprojektfarmen haben die Kriterien des AWS-Standards weitgehend umgesetzt. | ↗ |
| Zur Unterstützung bei der Wasser- risikoreduktion von ausgewählten Lieferanten baut EDEKA mit dem WWF ein Arbeitsprogramm auf | ↗ | Das EDEKA Water Partners Program ist abgestimmt und befindet sich in der Umsetzungsphase. Das Farmpersonal des Bananenlieferanten Biofrusan hat bereits ein AWS-Training abgeschlossen. | ↗ |
| Reduktion von Wasserrisiken in Projekten | | | |
| Zitrusprojekt: Alliance for Water Stewardship (AWS) in Spanien | ↗ | Produzentinnen und Produzenten haben erste kollektive Maßnahmen zum Schutz des Flussgebiets umgesetzt. | ↗ |

2.6

TRANSPARENZ UND REDUKTION VON WASSERRISIKEN IN FLUSSGEBIETEN UND AUF FARMEBENE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Das interne Wassermanagementsystem baut auf dem Konzept des Water Stewardships auf. Gute Water Stewards kennen ihre Wasserrisiken und ergreifen wirksame Maßnahmen, um die Süßwasserressourcen zu schützen und einen nachhaltigeren Umgang mit Wasser in den eigenen Lieferketten durchzusetzen. Das Ziel ist, die Wasserrisiken in den Lieferketten so transparent wie möglich zu machen und sie systematisch zu reduzieren.

Fast 16 Prozent der Netto-Umsatzmengen [in Kilogramm] im Obst- und Gemüsebereich aus Wasserrisikoländern wurden im WRT bereits erfasst. Das ist ein Anstieg um gut sechs Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Risikoländer erreichen auf einer Skala von 1 (geringes Risiko) bis 5 (sehr hohes Risiko) eine Risikobewertung von 3 oder höher. Dazu zählen unter anderem Italien, Spanien und Kolumbien.

Für 3,2 Prozent dieser Netto-Umsatzmengen [in Kilogramm] haben

die Lieferanten und deren Erzeuger entsprechende Zertifizierungen zur Risikoreduktion vollständig nachgewiesen. Die Art der eingeforderten Nachweise hängt vom Risikofaktor ab: Bei geringem Risiko genügt ein

GlobalG.A.P.-Zertifikat. Bei mittlerem oder hohem Risiko wird ein AWS-Training bzw. eine AWS-Zertifizierung empfohlen. Die Mehrheit der im Tool erfassten Produzentinnen und Produzenten weist ein mäßiges

bis hohes Wasserrisiko auf. Das Water Partners Program unterstützt Produzentinnen und Produzenten in ihren Bemühungen, Maßnahmen zur Verringerung der Wasserrisiken umzusetzen.

SÜSSWASSER MONITORING 2020

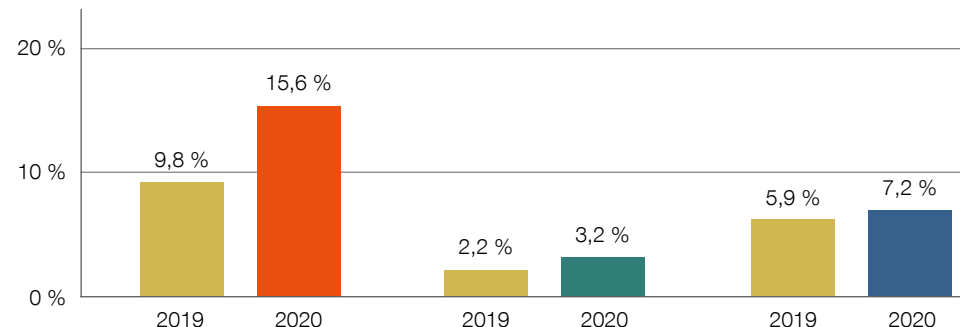


Abbildung 10:

- Anteil der im WRT erfassten Umsatzmengen [kg] an den Gesamtumsatzmengen [kg] der Eigenmarken des Fruchtkontors aus kritischen Ländern gemäß WWF-Länderliste (Risikotransparenz).
- Anteil der im WRT erfassten Umsatzmengen [kg] mit vollständiger Nachweiserbringung an den Gesamtumsatzmengen [kg] der Eigenmarken des Fruchtkontors aus kritischen Ländern gemäß WWF-Länderliste (Risikoreduktion).
- Anteil der im WRT erfassten Lieferanten in Bezug auf die Gesamtanzahl der Fruchtkontor-Eigenmarkenlieferanten aus kritischen Ländern gemäß WWF-Länderliste.

2.6

INTERNES WASSERMANAGEMENT UND EDEKA-WASSERRISIKO-TOOL

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere
Nutztierfütterung
- 2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Das WRT wurde im Obst- und Gemüsebereich ausgerollt. Die größten Lieferanten haben ihre Anbaustandorte im Tool erfasst, Wasserrisiken ermittelt und erste Nachweise für die Verringerung erbracht. Damit lieferte das Tool die Datengrundlage für die im Jahr 2018 getestete und 2019 ein-

geführte Monitoringstruktur, mit der nun kontinuierlich das Wasserrisiko der Lieferanten überprüft wird.

Zum Januar 2018 haben Netto und der WWF das WRT für die Fruchtkontore (FK) live geschaltet und mit einem ersten Pilotlieferanten getestet.

Daraufhin wurden Lieferanten aus den Fruchtkontoren Nord, Süd, West und Valencia in die Nutzung eingeführt, die seitdem ihre Einträge vorgenommen haben.

Weitere FK-Lieferanten kommen ab Herbst 2020 hinzu. Bis Ende

Q2/2021 werden insbesondere Eigenmarkenlieferanten der Fruchtkontore aus Risikoländern und bis Ende der Vertragslaufzeit (05/2022) alle sonstigen FK-Lieferanten (auch Nicht-Eigenmarkenlieferanten) in das Tool aufgenommen.

ALLIANCE FOR WATER STEWARDSHIP (AWS)- IMPLEMENTIERUNG

EDEKA, Netto und der WWF setzen sich für die Aufnahme verbesserter Wasserkriterien bei verschiedenen Standards, wie z. B. EU-Bio, GlobalG.A.P. oder Rainforest Alliance, ein. In diesem Zusammenhang kam eine Kooperation zwischen AWS und dem Landwirtschaftsstandard GlobalG.A.P. zustande, die ein Add-on für eine flächendeckende Anwendung des AWS-Standards ermöglichte. Die Anwendung des Add-ons auf den Zitrusprojektfarmen in Spanien ist zurzeit in Abstimmung und

für weitere Lieferanten aus Wasserrisiko-Hotspots in Planung.

Im Rahmen des Water Partners Program werden Anbaubetriebe in Regionen mit hohen Wasserrisiken bei der Umsetzung von Water Stewardship-Maßnahmen durch Trainings und Implementierung von Standards gefördert. Zwei Lieferanten, die aufgrund ihres hohen Wasserrisikos identifiziert wurden, haben bereits ein AWS-Training abgeschlossen.



Foto: Christian Schmidt

2.6

PROJEKTE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima

2.6 Süßwasser

- 2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Im Rahmen des Zitrusprojekts in Südspanien, woher Netto seine Orangen unter anderem bezieht, haben alle Anrainer gemeinsam einen ganzen Flussabschnitt gesäubert und Abfälle beseitigt.



Foto: Christian Schmidt

ERREICHTES

| TEILZIEL | | ZIELERREICHUNG | |
|---|---|----------------|---|
| Internes Wassermanagementsystem | | | |
| Entwicklung einer Monitoringstruktur für das Wassermanagementsystem | Das Monitoringverfahren wurde entwickelt und im Jahr 2019 implementiert. | 06/2019 | ✓ |
| Implementierung des internen Wassermanagementsystems im Fruchtkontor bis Ende 2018 | Das EDEKA-Wasserrisiko-Tool wurde fertiggestellt und erfolgreich getestet. | 06/2019 | ✓ |
| AWS-Implementierung mit Pilotproduzent in Spanien | Ein Pilotproduzent für Zitrusfrüchte in Spanien hat eine AWS-Zertifizierung mit Gold-Status erreicht. | 06/2018 | ✓ |
| Abschluss Pilotphase des internen Wassermanagementsystems bis Anfang 2018 (Wasserrisiko-Tool) | Das EDEKA-Wasserrisiko-Tool ist fertiggestellt und wurde mit einem Pilotlieferanten getestet. | 06/2018 | ✓ |

VERPACKUNGEN



2.7

VERPACKUNGEN

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Verpackungen sind allgegenwärtig und erfüllen überwiegend den Zweck, Waren zu schützen. Durch Verpackungen lassen sich Produkte sicher transportieren. Doch Verpackungen verbrauchen auch Ressourcen. Sie zu vermeiden hat deshalb Vorrang. Wo das nicht möglich ist, müssen die eingesetzten Materialien möglichst lange und in hochwertigem Zustand erhalten bleiben. Durch die gezielte Auswahl der Rohstoffe, die Wiederverwendbarkeit, den sinnvollen Einsatz gewonnener Sekundärrohstoffe und eine recyclinggerechte Verpackungsgestaltung können Verpackungen zum Klimaschutz beitragen. Hier besteht also viel Verbesserungspotenzial. Auch die Mithilfe von Kundinnen und Kunden ist wichtig: Informationen am POS und eine transparente Kennzeichnung motivieren Menschen dazu, beim Einkauf auf Knotenbeutel zu verzichten, Tragehilfen mehrfach zu verwenden und Verpackungskomponenten später sachgerecht zu trennen.

Netto und WWF: Gemeinsamer Beitrag zu den SDGs durch die Zusammenarbeit im Themenfeld Verpackungen



Netto

2.7

VERPACKUNGEN UND DIE ALTERNATIVEN

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

VERMEIDEN, WIEDERVERWENDEN, BESSER RECYCELN

» Die Müllberge wachsen. Bereits heute verbraucht die Weltbevölkerung mehr Ressourcen, als die Erde bereitstellen kann. Es bedarf dringend eines Umdenkens und Handelns, um den primären Ressourcenverbrauch und das Abfallaufkommen insgesamt zu verringern. Verpackungen kommt in diesem Zusammenhang eine Schlüsselrolle zu. Verpackungen schützen Waren. Durch Verpackungen lassen sich Produkte sicher transportieren. Doch so nützlich sie sind: Die Herstellung verbraucht Ressourcen, die Entsorgung belastet die Umwelt. In Deutschland ist die Menge der Verpackungsabfälle weiter angestiegen. Mit insgesamt 18,9 Millionen Tonnen erreichte sie im Jahr 2018 einen neuen Höchststand. WWF und Netto arbeiten im Rahmen ihrer strategischen Partnerschaft daran, den ökologischen Fußabdruck eines der größten deutschen Lebensmitteldiscounter auch im Verpackungsbereich zu reduzieren.

RESSOURCEN ZURÜCK IN DEN KREISLAUF

» Wo sinnvoll, setzt Netto auf den Einsatz von Recyclingmaterial, wodurch Primärressourcen eingespart und Treibhausgasemissionen vermindert werden. Auch an der recyclinggerechten Gestaltung von Verpackungen wird gearbeitet. Die ist dann gegeben, wenn Verpackungen sich leicht sortieren lassen und eingesetzte Wertstoffe als Ressource zurückgewonnen werden können. Ein Handbuch als Leitfaden für den Verbund gibt wertvolle Handlungsempfehlungen zur künftigen Verpackungsgestaltung der Eigenmarken.



Foto: Artisteer / iStock

SO WENIG UND SO WERTVOLL WIE MÖGLICH

» Weniger ist mehr: Wo immer möglich, verzichtet Netto komplett auf Verpackungen. Bei ausgewählten Bio-Obst- und -Gemüsesorten ist dies beispielsweise gelungen, indem Schrift und Logo mittels hochauflösendem Laser auf die Lebensmittel aufgebracht werden. Um eingesetzte Ressourcen effizient und effektiv zu nutzen, sollen insgesamt weniger Verpackungsmaterialien genutzt und mehr sinnvolle Mehrwegalternativen verwendet werden, zu deren wiederholter Nutzung Netto aufruft. Durch das Mehrweg-Dosenkonzept an Frischetheken oder die Wiederverwendung von Tragetaschen können Verpackungsaufkommen reduziert, Treibhausgasemissionen vermieden und wertvolle Ressourcen erhalten werden.

2.7

DIE PARTNERSCHAFTSZIELE IM THEMENFELD VERPACKUNG

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Netto überprüft vor jeder Eigenmarken-Neueinführung oder Eigenmarken-Überarbeitung das Verpackungsmaterial auf seine Recyclingfähigkeit. Falls Biokunststoffe zum Einsatz kommen sollen, müssen die Rohstoffe nach Bonsucro, RSB oder ISCC Plus zertifiziert sein. Netto und der WWF stellen für das dynamische Themenfeld Verpackung konkrete Zielvereinbarungen auf. Sie gelten für den Einsatz von Polyethylenterephthalat (PET)-Recyclingmaterial bei Getränkeflaschen (Einweg) und für Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel. Weitere Ziele zur Verringerung von Aluminium bzw. zur Vermeidung von Polyvinylchlorid (PVC) in Eigenmarkenverpackungen sollen noch vereinbart werden. Im Jahr 2020 evaluieren die Partner darüber hinausgehende Verbesserungen der anderen Eigenmarkenverpackungen. Damit der Verbrauch von Einweg-Tragetaschen und Knotenbeuteln bei Netto sinkt, werden ebenfalls quantitative Meilensteine festgelegt. Zielgruppengerechte Informationen zu Verpackungen und Verpackungsmitteln sollen Fruchtkontore und Endverbraucher für das Thema sensibilisieren.



2.7

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

| TEILZIEL | | STATUS 30.06.2019 | AUSBLICK |
|---|---|---|----------|
| Optimierung von Verpackungen | | | |
| Einschätzung der Recyclingfähigkeit und der ökologischen Vorteile bei Produktneueinführungen bzw. -optimierungen | → | Einschätzungen und Handlungsempfehlungen werden kontinuierlich und nach Bedarf abgegeben. | → |
| Zertifizierung der Rohstoffe biobasierter Kunststoffe | ↑ | Der im Vorjahr identifizierte Artikel verfügt nun über ein Rohstoffzertifikat. | → |
| Zielvereinbarungen zu verpackungsrelevanten Bestandteilen und Kostenartikeln | | | |
| Einsatz von mindestens 25 % Recyclingmaterial (rPET) im Bereich Getränkeflasche (Einweg bepfandet) bis 12/2020 | → | Eine Baseline relevanter Artikel liegt vor. Der Anteil rPET an der Gesamtmenge beträgt 0,92 %. | → |
| Einsatz von mindestens 30 % Recyclingmaterial (rPET) im Bereich Drogerie/WPR bis 12/2020 | ↗ | Der Anteil rPET an der Gesamtmenge beträgt 20,26 %. | → |
| Vermeidung bzw. Reduktion von Aluminium in ausgewählten Produktgruppen bis 09/2021 | ↗ | Der Aluminiumanteil wurde um 7,68 % reduziert. | → |
| Vermeidung PVC in ausgewählten Produktgruppen bis 09/2021 | ↗ | Im Jahr 2019 wurden noch 98 Artikel mit PVC in der Verpackung in den relevanten Artikelgruppen erfasst. | → |
| Reduktion des Verbrauchs von Einweg-Tragetaschen um mindestens 30 % bis 05/2022 | ↗ | Der Einweg-Tragetaschenverbrauch ist im Vergleich zum Vorjahr um 8,73 % gesunken. | → |
| Reduktion des Verbrauchs von Knotenbeuteln um mindestens 30 % bis 05/2022 | ↗ | Der Knotenbeutelverbrauch ist im Vergleich zum Vorjahr um 14,82 % zurückgegangen. | → |
| Verpackungsvermeidung bzw. -optimierung im Bereich Obst und Gemüse | → | Die Datenerhebung zu eingesetzten Verpackungsarten und -materialien hat begonnen. | → |
| Information und Sensibilisierung | | | |
| Erstellung von Informationen zu Verpackungen und Verpackungsmitteln sowie Verpackung loser Ware für die Fruchtkontore bzw. Endverbraucher | → | Informationen werden kontinuierlich und nach Bedarf erstellt. | → |

2.7

EINSCHÄTZUNG ZUR RECYCLINGFÄHIGKEIT BZW. ZU DEN ÖKOLOGISCHEN VORTEILEN BEI NEU EINGEFÜHRTEN ODER OPTIMIERTEN PRODUKTEN UND DER ZERTIFIZIERUNG VON ROHSTOFFEN BIOBASIERTER KUNSTSTOFFE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere
Nutztierfütterung

2.5 Klima

2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Die ökologisch vorteilhafte Gestaltung verschiedener Netto-Eigenmarkenverpackungen ist in Arbeit. Entsprechend der Datenlage und -tiefe wurden fall-spezifische Handlungsempfehlungen ausgesprochen. Oberste Priorität hat immer die Verpackungsvermeidung. Ein Erfolg ist beispielsweise der Wegfall der üblicherweise verwendeten Einweg-

deckel bei vielen Eigenmarken-Milchprodukten im 500-Gramm-Becher. Sollten sich Verpackungen nicht vermeiden lassen, dann ist die ökologische Alternative, sie möglichst sinnvoll einzusetzen, zu reduzieren und ressourcenschonend wie recyclinggerecht zu gestalten. Mehrwegverpackungen und -systeme und der Einsatz von

Recyclingmaterial werden, wo möglich und sinnvoll, bevorzugt.

Für alle Biokunststoffe fordert der WWF eine Zertifizierung nach ausgewählten Standardsystemen wie Bonsucro, RSB oder ISCC Plus, die Produkthersteller oder -anbieter nachweisen müssen, um die Einhaltung bestimmter Nachhaltig-

keitskriterien beim Rohstoffanbau zu bestätigen. Ein im Vorjahr identifizierter Artikel ohne Rohstoffzertifikat verfügt nun über einen solchen Standard. Im kommenden Betrachtungszeitraum wird ein neuer biobasierter Artikel eingeführt, der die notwendige Zertifizierung noch nicht aufweist. Netto arbeitet mit dem Lieferanten daran, sie nachträglich zu erhalten.

ZIELVEREINBARUNGEN ZU VERPACKUNGSRELEVANTEN BESTANDTEILEN SOWIE KOSTENARTIKELN

Für die Zusammenarbeit in diesem dynamischen Themenfeld ist die Definition von Zielen für eine ganze Reihe verpackungsrelevanter Bestandteile notwendig. Alle Zielvereinbarungen sind vertraglich verankert. Bei den Vereinbarungen zu Kostenartikeln (Tragetaschen und Knotenbeuteln) gilt das Bezugsjahr 2017. Bei allen anderen Kennzahlen ist die Sorti-

mentsliste zum 30.06.2019 die Basis für die Erhebung. Die Baseline für die Zielvereinbarung „Einsatz von Recyclingmaterial (PET) im Bereich Getränkeflaschen (Einweg)“ wurde in diesem Jahr erhoben. Das Monitoring zur Zielvereinbarung „Verpackungsvermeidung bzw. -optimierung im Bereich Obst und Gemüse“ ist für das Folgejahr vorgesehen.



2.7

PET-FLASCHEN BEI GETRÄNKEN (EINWEG)

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Ziel: Für alle bepfandeten PET-Einweg-Getränkeflaschen der Netto-Eigenmarken wurde der Einsatz von durchschnittlich 25 Prozent Rezyklat über die gesamte eingesetzte Materialmenge vereinbart. Sofern die technische Umsetzbarkeit ohne Erhöhung der Flaschengewichte, Materialverfügbarkeit und Machbarkeit auf Abfüllerseite gewährleistet ist, soll die Umstellung bis Ende 2020 abgeschlossen sein. Für das Q3/2020 ist eine gemeinsame Prüfung und Evaluation zum aktuellen Stand der Marktgegebenheiten unter Berücksichtigung der vor- bzw. nachgelagerten Prozesse vorgesehen. Auf dieser Grundlage wird die sukzessive Erhöhung des Rezyklateinsatzes für die Folgejahre ab 2020 vertraglich verankert.

Neben der Recyclingfähigkeit ist der Einsatz von Sekundärrohstoffen in Verpackungen ein wichtiger Bestandteil einer nachhaltigen Ressourcennutzung. Aufgrund der beträchtlichen Absatzmengen ist in diesem Bereich von einer hohen Lenkungswirkung auszugehen. Die Erstellung einer Baseline unter Berücksichtigung aller relevanten Artikel und der erfassten Gesamtmenge des Materialeinsatzes in Tonnen ergab 67 Artikel mit einer PET-Gesamtmenge von 16.713 Tonnen. Einzelne Flaschen enthalten bereits Sekundärmaterial. Der durchschnittliche Rezyklatanteil an der Gesamtmenge beträgt 0,92 Prozent. Erste Tests bei einem Fokuslieferanten konnten erfolgreich abgeschlossen werden. Eine positive Entwicklung des Teilziels ist auf Grund der aktuellen Rohstoffpreisentwicklung jedoch nicht in Sicht.

| | 2019 |
|---------------------------|--------|
| Anzahl relevanter Artikel | 67 |
| PET in Tonnen | 16.713 |
| Anteil rPET in % | 0,92 |

Tabelle 6: Kennzahlen für bepfandete PET-Flaschen bei Getränken (Einweg) im Kalenderjahr 2019 bezogen auf die Sortimentsliste zum 30.06.2019.



2.7

PET-FLASCHEN BEI WASCH-, PUTZ- UND REINIGUNGSMITTELN (WPR)

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Ziel: Bei allen PET-Flaschen der Netto-Eigenmarken für Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel wird der Anteil von verwendetem Recyclingmaterial stufenweise erhöht. Bis spätestens 01.09.2020 sollen ausgewählte Eigenmarkenartikel aus mindestens 30 Prozent Recyclingmaterial bestehen. Langfristiges Ziel ist der Einsatz von 100 Prozent Recyclingmaterial bis 31.05.2022. Zudem prüfen Netto und der WWF kontinuierlich, wie sich Etikettenmaterialien und -klebstoffe in Bezug auf die Recyclingfähigkeit weiter verbessern lassen.

Der Einsatz von Sekundärrohstoffen ist ein wichtiger Beitrag zu einer nachhaltigen Ressourcennutzung: Im Jahr 2019 enthielten 15 Artikel im Bereich Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel mit einer PET-Gesamtmenge von 555 Tonnen Sekundärrohstoffe. Der durchschnittliche Anteil betrug 20,26 Prozent. Die Entwicklung zeigt, dass bei Drogerieartikeln eine Umstellung auf Recyclingware bereits gut möglich ist und auch umgesetzt wird. Die Einführung bzw. weitere Erhöhung der Rezyklatmenge bei den Gebinden wurde in Aussicht gestellt.



| | 2018 | 2019 |
|---|------|-------|
| Anzahl relevanter Artikel ¹⁹ | 15 | 15 |
| PET in Tonnen | 551 | 555 |
| Anteil rPET in % | 0 | 20,26 |

Tabelle 7: Kennzahlen PET-Flaschen bei WPR-Artikeln in den Jahren 2018 und 2019 bezogen auf die Sortimentslisten zum 30.06.2018 sowie 30.06.2019.

¹⁹ Alle PET-Flaschen der Netto-Eigenmarken für Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel im Warenbereich Drogerie.

2.7 ALUMINIUM

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Ziel: Angestrebt wird eine möglichst weitgehende Reduktion bzw. Vermeidung von Aluminium in zuvor definierten Netto-Artikel(-gruppen) bis spätestens 01.09.2021. Das betrifft die Aluminiumbeschichtung von Getränkekartons/Flüssigkeitskartons und Aluminiumfolien im Bereich Süßwaren. Die Zielsetzung wird auf weitere Artikel(-gruppen) ausgeweitet.

Aluminium wird für Verpackungen vielfach verwendet. In seiner Rein-

form ist es hochwertig recycelbar. In eingebundener bzw. aufgedampfter Form lässt sich Aluminium allerdings schwer bzw. gar nicht zurückgewinnen. Das Ziel ist deshalb eine möglichst sinnvolle Verwendung bzw. ein möglichst geringfügiger Einsatz.

Aufgrund der hohen Dynamik im Themenfeld Verpackung ist die prozentuale Gesamt-Aluminiummenge aller Artikel in den betroffenen Warenbereichen angegeben. In Jahr

2019 wurden 68 Artikel mit einem Aluminiumanteil von durchschnittlich 5,05 Gewichtsprozent identifiziert. Verglichen zum Vorjahr (40 Artikel) sank der Anteil, trotz erhöhter Artikelanzahl, um 0,42 Prozentpunkte. Nach Möglichkeiten zur weiteren Verringerung bei gleichbleibendem Produktschutz wird gesucht. Netto und der WWF setzen dazu den konstruktiven Dialog mit den entsprechenden (Vor-)Lieferanten fort.



| | ANZAHL RELEVANTER ARTIKEL | | ALUMINIUMANTEIL IN GEWICHTSPROZENT | |
|-------------------------------|------------------------------|------|---------------------------------------|---------|
| | 2018 | 2019 | 2018 | 2019 |
| Getränkekartons ²⁰ | 35 | 63 | 4,82 % | 4,66 % |
| Schokolade ²¹ | 5 | 5 | 16,34 % | 15,53 % |
| Gesamt | 40 | 68 | 5,47 % | 5,05 % |

Tabelle 8: Kennzahlen Aluminium bezogen auf die Sortimentsliste zum 30.06.2018 sowie 30.06.2019.

²⁰ Relevante Artikel sind nach Zielvereinbarung: Molkereiprodukte: Milch- & Milchlischgetränke, pflanzliche Alternativen, Kondensmilch, H-Schlagsahne; alkoholfreie Getränke: fruchthaltige Getränke, Gemüsesäfte; alkoholische Getränke: Tafelwein, Sangria, Glühwein.

²¹ Relevante Artikel sind nach Zielvereinbarung: (Tafel-)Schokoladen.

2.7 PVC

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Ziel: Angestrebt wird eine möglichst weitgehende Umstellung von PVC auf PVC-freie Alternativen in zuvor definierten Netto-Artikel(-gruppen) bis spätestens 01.09.2021. Dies betrifft Schraubdeckel bei Glasverpackungen²², Schrumpfkapseln bei alkoholischen Getränken in Glasflaschen²³ und Schrumpffolien²⁴. Die Zielsetzung wird kontinuierlich auf weitere Artikel(-gruppen) übertragen.

Der Einsatz von Polyvinylchlorid (PVC) in Lebensmittelverpackungen steht in der Kritik und öffentlichen Diskussion. Sogenannte Weichmacher im Weich-PVC können zu Problemen führen; PVC kann andere Materialien bei der werkstofflichen Verwertung kontaminieren. Ein separater Stoffstrom für PVC existiert derzeit nicht, weshalb für ausgewählte Artikel(-gruppen) nach PVC-freien Alternativen gesucht wird.

Aufgrund der dynamischen Veränderungen im Verpackungsbestand erfolgt die Auswertung aller PVC-relevanten Artikel in den betroffenen Warenbereichen jährlich. In diesem Jahr wurden 98 Artikel in den betroffenen Warenbereichen identifiziert, die PVC als

Bestandteil der Verpackung enthielten. Verglichen zum Vorjahr (161 Artikel) ist eine deutliche Veränderung zu beobachten, die zeigt, dass eine Umstellung auf PVC-freie Alternativen bereits in vielen Bereichen möglich ist und umgesetzt wird. Wegen der sensiblen Informationslage erwies es sich als schwer, herauszufinden ob bzw. auf welche Ersatzstoffe Lieferanten umgestellt haben. Das soll künftig noch besser erschlossen werden.

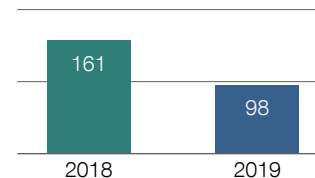


Abbildung 11: Anzahl relevanter Artikel mit PVC bezogen auf die Sortimentsliste zum 30.06.2018 sowie 30.06.2019.



²² Relevante Artikel sind nach Zielvereinbarung: Schraubdeckel bei Glasverpackungen: Fisch, Fischmarinaden & sonstige Fischerzeugnisse, Brühwurst, Obstkonserven, Gemüsekonserven, Sauerkonserven, Fischkonserven, Ketchup, Würz- und Feinkostsoßen, Mayonnaisen, Remouladen, Salatsoßen, (Kokos-)Öle, Fruchtaufstriche, Honig, Nuss- und Schokocremes, sonstige Brotaufstriche.

²³ Relevante Artikel sind nach Zielvereinbarung: Schrumpfkapseln: alkoholische Getränke in Glasflaschen (Wein, Sekt).

²⁴ Relevante Artikel sind nach Zielvereinbarung: Sleeves (Schrumpffolien): Milchmodischgetränke, Smoothies, Trinkjoghurt, Fette, Dressings, Ice Tea, Grüner Tee.

2.7

TRAGETASCHEN

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Ziel: Angestrebt wird eine Reduktion aller über die EDEKA-Zentrale gehandelten Einweg-Tragetaschen (Kunststoff und Papier) um mindestens 30 Prozent bis spätestens 31.05.2022, ohne dass dabei der Verbrauch von Mehrwegalternativen steigt. Wo Tragetaschen notwendig sind, ist ihre dauerhafte Nutzung das Ziel. Präferierte Alternativen sind Tragetaschen aus Kunststoff mit einem Anteil von mindestens 80 Prozent Recyclingmaterial oder einem biologischen/natürlichen Material, das einem vom WWF anerkannten ökologischen Standard entspricht. Informations- und Kommunikationsmaßnahmen in geeigneten Kommunikationskanälen (auch über den Point of Sale hinaus) begleiten die Maßnahmen.

Produktion, Verkauf und Nutzung von Tragetaschen sind ressourcenintensiv. Vordringliches Ziel ist deshalb die Reduktion des Gesamtverbrauchs durch Vermeidung bzw. Wiederverwendung. Netto und WWF wollen den sorgsam und verantwortungsvollen Umgang mit Tragetaschen begünstigen.

Die Auswertung zeigt, dass es zwischen 2018 und 2019, bezogen auf

die Gesamtstückzahl, einen Rückgang des gesamten Einwegtragetaschenverbrauchs um 8,73 Prozent gab. Der Materialverbrauch ist um 7,24 Prozent gesunken. Verglichen mit dem Basisjahr ist ein Anstieg von 0,59 Prozent zu verzeichnen. Der Materialverbrauch ist dabei um 0,14 Prozent gestiegen.

Unterschiede zeigen sich im Vergleich zwischen Kunststoff und Papier: Während der Verbrauch von Kunststoff-Einwegtaschen (Stückzahl je Quadratmeter Verkaufsfläche) im Vergleich zum Vorjahr um 10,47 Prozent gesunken ist, wurden im selben Zeitraum 8,17 Prozent mehr Einwegtaschen aus Papier (Stückzahl je Quadratmeter Verkaufsfläche) verkauft.

Das entspricht dem aktuellen Trend: Der Verbrauch von Kunststoff-Tragetaschen nimmt weiter ab, der Verkauf von Papiertaschen aber deutlich zu. Um diesem Trend entgegenzuwirken, ist in Zukunft die noch aktivere Einbindung und Ansprache der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie der Verbraucherinnen und Verbraucher nötig. Ziel ist, beide Seiten künftig noch stärker zum Verzicht auf Tragetaschen zu bewegen bzw. für die dauerhafte Nutzung zu sensibilisieren.

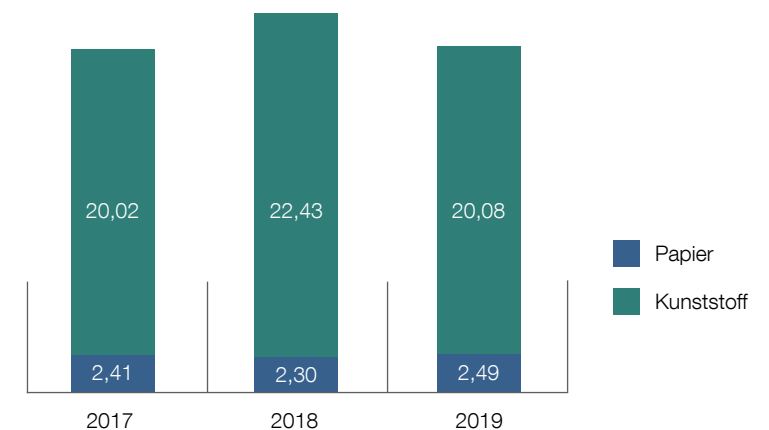


Abbildung 12: Stückzahl pro m² Verkaufsfläche der Netto-Märkte 2017 bis 2019.

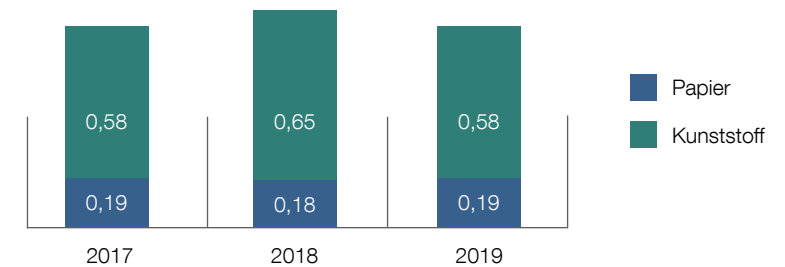


Abbildung 13: Materialmenge in kg pro m² Verkaufsfläche der Netto-Märkte 2017 bis 2019.

2.7

KNOTENBEUTEL

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Ziel: Angestrebt wird die Reduktion der von der EDEKA-Zentrale eingekauften Knotenbeutel um mindestens 30 Prozent bis spätestens 31.05.2022. Sie wird von einer gemeinsamen Informations- und Kommunikationskampagne begleitet, die für den Verzicht bzw. den sorgsamen Umgang mit Knotenbeuteln – auch über den POS hinaus – wirbt.

Beim Thema Knotenbeutel geht es grundsätzlich nicht um eine Substitution, also einen Ersatz durch einen vermeintlich besseren Packstoff, sondern um eine tatsächliche

Reduzierung der Materialmenge und Stückzahl.

Die Auswertung zeigt, dass die Anzahl der an die Netto-Märkte ausgegebenen Knotenbeutel (Stückzahl je Quadratmeter Verkaufsfläche) im Vergleich zum Basisjahr 2017 um 23,72 Prozent gesunken ist. Der Materialverbrauch wurde in diesem Zeitraum um 23,79 Prozent reduziert.

Um den Trend fortzusetzen, wird die bestehende Informations- und Begleitkommunikation zum Verzicht auf Knotenbeutel weitergeführt bzw. ausgebaut.

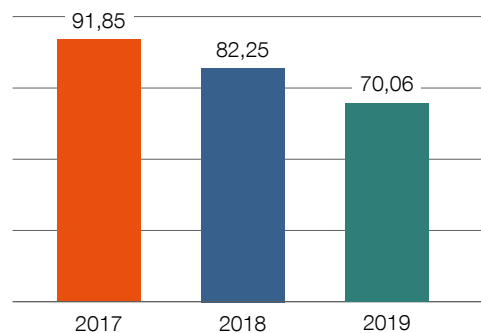


Abbildung 14: Stückzahl pro m² Verkaufsfläche in den Netto-Märkten 2017 bis 2019.

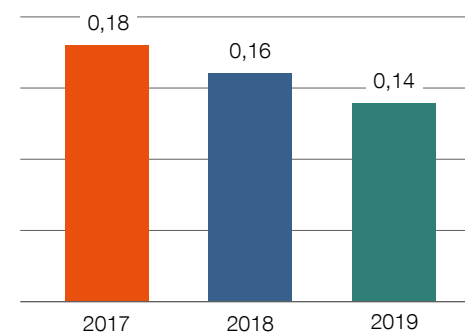


Abbildung 15: Materialmenge in kg pro m² Verkaufsfläche in den Netto-Märkten 2017 bis 2019.

2.7

OBST UND GEMÜSE

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

- 2.1 Fisch und Meeresfrüchte
- 2.2 Holz, Papier, Tissue
- 2.3 Palmöl
- 2.4 Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
- 2.5 Klima
- 2.6 Süßwasser

2.7 Verpackungen

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Ziel: Entwicklung eines Zeitplans für Verpackungsvermeidung bzw. -optimierung im Bereich Obst und Gemüse für das gesamte Netto-Eigenmarkensortiment auf Einzelartikelebene. Die individuell entwickelten Maßnahmen werden bis spätestens 31.05.2022 abgeschlossen.

Im Lebensmitteleinzelhandel wird frische Ware wie Obst und Gemüse

oftmals nicht nur lose angeboten, sondern industriell vorverpackt verkauft. Das sorgt zunehmend für Kritik. Gefordert sind Lösungen, die einem veränderten Umweltbewusstsein sowie wissenschaftlichen Fakten in Bezug auf den globalen Ressourcenverbrauch Rechnung tragen. Bei ausgewählten Bio-Obst- und -Gemüsesorten

verzichtet Netto bereits gänzlich auf die Verpackungen, indem Schrift und Logo mittels hochauflösendem Laser auf die Lebensmittel aufgebracht werden. Auch konventionelle und Bio-Salatgurken, die vom Fruchtkontor zentral eingekauft und an die Märkte geliefert werden, sind mittlerweile unverpackt im Angebot.

Die Datenerhebung zu den eingesetzten Verpackungsarten und -materialien hat mittlerweile begonnen. Ziel ist ein Monitoring im Jahr 2021, das auf einem validen Datenfundament beruht und gleichzeitig konkrete Umstellungspläne zur Vermeidung und Optimierung von Verpackungen für ausgewählte Artikel(-gruppen) beinhaltet.

ERSTELLUNG VON INFORMATIONEN ZU VERPACKUNGEN UND VERPACKUNGSMITTELN FÜR DIE FRUCHTKONTORE, ENDVERBRAUCHER UND ZUM THEMA „VERPACKUNG LOSER WARE“

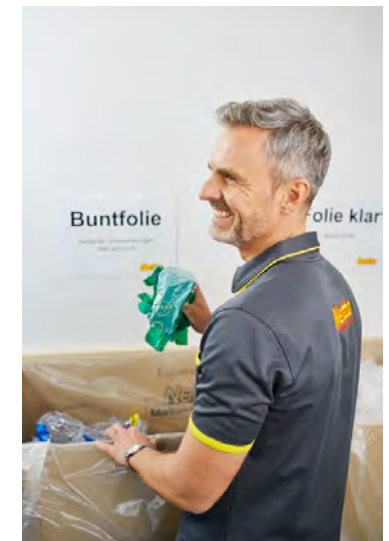
WWF und Netto erstellen gemeinsam und kontinuierlich zielgruppengerechte Informationen zu Verpackungen und Verpackungsmitteln.

In der Obst- und Gemüseabteilung werden Kundinnen und Kunden weiterhin zum Verzicht auf Knotenbeutel und Papiertüten motiviert. Tragehilfen aus

Kunststoff, die zu einem hohen Anteil aus Recyclingmaterial bestehen, sind mit dem Aufruf zur dauerhaften Verwendung bedruckt.

Den im Vorjahr mit dem WWF erarbeiteten Trennhinweis zur sachgerechten Entsorgung von Netto-Eigenmarkenverpackungen in privaten

Haushalten hat Netto auf weitere Artikel ausgeweitet. Filialmitarbeiter und Filialmitarbeiterinnen und Kundinnen und Kunden erhalten über diverse Medien- und Kommunikationskanäle Informationen zur Bedeutung und richtigen Nutzung von Entsorgungs- und Verwertungssystemen.



2

LANDWIRT- SCHAFTLICHE PROJEKTE

GEMEINSAMES PROJEKT
FÜR EINE BESSERE ORANGE
UND MANDARINE

3

GEMEINSAMES PROJEKT FÜR EINE BESSERE ORANGE UND MANDARINE

- 1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT
- 2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN
- 3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE
- 4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION
- 5 GLOSSAR & VERMERK

In den Projektfarmen setzen die Partner EDEKA und WWF Maßnahmen für eine effiziente, an den Klimawandel angepasste Bewässerung um und engagieren sich durch die Arbeit zu Water Stewardship über die Grenzen einzelner Anbaugebiete hinaus für eine verantwortungsvolle Wassernutzung im Flussgebiet. Ein geringerer Einsatz von Agrochemikalien und die Förderung der Bodenfruchtbarkeit durch Humusaufbau leisten einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz. Die Produzentinnen und Produzenten verbessern damit ihre Anbau- und Wassermanagementsysteme, bewirtschaften ihre Plantagen ressourcenschonender und fördern Biodiversität. Netto bezieht und vertreibt als Tochterunternehmen der EDEKA seit 2018 Früchte aus dem Zitrusprojekt/Projekt von EDEKA und WWF. Im Netto-Sortiment erhöht dieser ganzheitliche Ansatz kontinuierlich den Anteil an nachhaltiger produzierten konventionellen Orangen und Mandarinen.

Netto und WWF: Gemeinsamer Beitrag zu den SDGs durch die Zusammenarbeit im Zitrusprojekt



3

DAS ZITRUSPROJEKT

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange und Mandarine

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

VIELVERSPRECHENDER ANSATZ FÜR EINE NACHHALTIGERE WASSERNUTZUNG

» Die Klimaforschung rechnet damit, dass verfügbares Wasser in der nahen Zukunft deutlich knapper wird. Schon jetzt sind die Effekte des Klimawandels deutlich zu sehen und zu spüren. Das Jahr 2019 war mit teilweise weniger als 250 Millimeter Niederschlag pro Quadratmeter – auch für südspanische Verhältnisse – besonders trocken. Andalusien, Anbaugebiet der Projektorangen, leidet unter Wasserknappheit. Das Rekord-Tief der letzten 17 Jahre führte dazu, dass die Wasserbehörde den Dürrealarm ausrief und die Wassernutzungsrechte der Landwirtschaft deutlich beschränkte. Im Zitrusprojekt für eine bessere Orange und eine bessere Mandarine gestalten die Partner den konventionellen Anbau dieser Früchte im Süden Spaniens zunehmend umweltschonender.

DIE NATUR EROBERT SICH DIE PLANTAGEN ZURÜCK

» Schädliche Effekte hat die massive Übernutzung der natürlichen Wasserressourcen in den vergangenen Jahrzehnten auch auf die einzigartige Artenvielfalt in der Region. Der Nationalpark Doñana an der Flussmündung des Guadalquivir, der als wichtigstes Feuchtgebiet Spaniens unzähligen Zugvögeln als Raststation dient, ist aufgrund der sinkenden Wasservorkommen akut gefährdet. Das Zitrusprojekt bringt die Natur zurück auf die Anbauflächen. Zusammen mit einer drastischen Reduktion der eingesetzten Pflanzenschutzmittel zeigt die gezielte Förderung der Ökosysteme auf den Farmen bereits Wirkung. In 2019 wurden auf den Plantagen knapp fünfmal mehr Marienkäferarten als zu Projektstart gezählt – außerdem 72 verschiedene Vogelarten, 13 Säugetierspezies sowie zwölf Reptilien- und Amphibienarten. Dazu gehören seltene und scheue Tiere wie Dachs, Fischotter, Manguste und Gartenschläfer oder auch die Perleidechse als größte Eidechse Europas. Sie kann eine Länge von bis zu 65 Zentimetern erreichen und steht unter strengem Schutz.

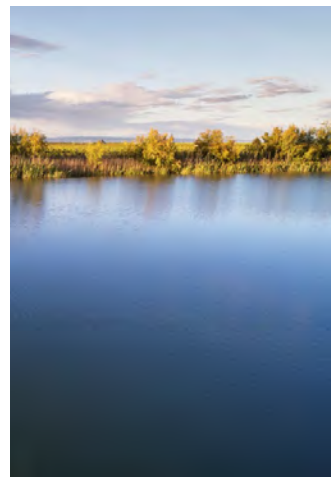


Foto: Christian Schmidt

WASSER SPAREN IM GESAMTEN FLUSSGEBIET DES GUADALQUIVIR

» Im Zitrusprojekt ist daher die nachhaltigere Wassernutzung auf den Farmen und im Flussgebiet ein zentraler Arbeitsschwerpunkt. Bereits seit 2015 wird sie in Andalusien umgesetzt, um den konventionellen Anbau von Orangen und Mandarinen in Südspanien nachhaltig zu verbessern, und seit 2017 schrittweise ausgeweitet. Durch kontinuierliche Beratung, Best Practice-Beispiele sowie den Einsatz von Technologien wie Boden-Feuchtigkeitssonden arbeiten die Betriebe an einer effizienteren Bewässerung. Das gemeinsame Ziel ist eine möglichst hohe Wassereinsparung bei gleichzeitiger Gewährleistung einer hohen Qualität und Produktionsmenge. Die eingesparten Mengen auf mittlerweile knapp 1.000 Hektar Anbaufläche im gesamten Flussgebiet des Guadalquivir zeigen, dass der Zitrusfrüchteanbau an die veränderten Klimabedingungen angepasst werden kann.

3

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange und Mandarine

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

ALLGEMEINE PROJEKTINFORMATIONEN (STAND DEZEMBER 2019)

| | |
|-----------------------|---|
| Projektname | Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange und eine bessere Mandarine |
| Anbauregion | Andalusien, Spanien |
| Vermarktung | <ul style="list-style-type: none"> Orangen: deutschlandweit in EDEKA-Märkten (seit 2017) und Netto-Märkten (seit 2018), ungefähr von Oktober bis Mai erhältlich Mandarinen: deutschlandweit in EDEKA-Märkten und zeitweise in Netto-Märkten (seit 2018), ungefähr von Dezember bis Februar erhältlich |
| Projektziele | Verbesserung beim Anbau in den folgenden Schwerpunkten: <ol style="list-style-type: none"> 1) Verantwortungsvolle Wassernutzung auf den Farmen und im Flussgebiet 2) Nachhaltigerer Pflanzenschutz 3) Weitere Maßnahmen der guten landwirtschaftlichen Praxis, insb. nachhaltigerer Düngemiteleininsatz und Förderung der Bodenfruchtbarkeit 4) Erhalt und Förderung von biologischer Vielfalt und Ökosystemen |
| Anzahl Projektfarmen | 12 Farmen in Andalusien |
| Anbaufläche insgesamt | 939 Hektar |



Foto: imagosubmarina

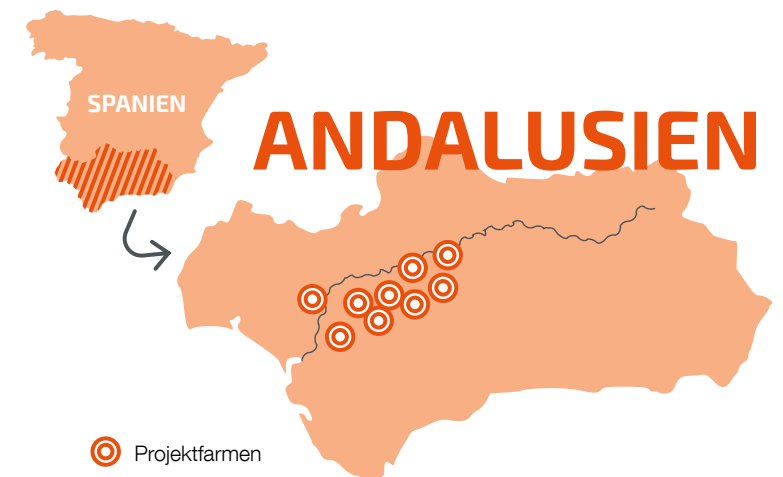


Abbildung 16: Lage der Projektfarmen in Spanien, Andalusien

3

VERANTWORTUNGSVOLLE WASSERNUTZUNG AUF DEN FARMEN UND IM FLUSSGEBIET FORTSCHRITTE IM PROJEKTJAHR 2019

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

Gemeinsames Projekt für eine
bessere Orange und Mandarine

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Alle Produzentinnen und Produzenten im Projekt verpflichten sich, Wasser einzusparen. Seit 2019 sind Boden-Feuchtigkeitssonden Pflicht. Diese Technologie bringt zwar auch deutliche Investitionskosten mit sich, doch liefern die Sonden wertvolle Erkenntnisse und wecken damit das Interesse und die Zustimmung der Produzentinnen und Produzenten. Das System ermöglicht es, die Bewässerung der Zitrusbäume mit Niederschlägen, Außentemperaturen sowie der Bodenbeschaffenheit abzugleichen und passgenau auf die Bedürfnisse der Bäume auszurichten. Für die Zitrusproduzentinnen und -produzenten bedeutet das eine enorme Optimierung – und Zukunftsabsicherung.

Im Bereich „Water Stewardship“ wurden 2019 erstmals gemeinsame Aktionen im Flussgebiet durchgeführt. An einer Aufräumaktion am Ufer des Guadalquivir entlang einer der Projektfarmen beteiligten sich Produzierende und Beratende aus den anderen Farmen sowie das Projektteam und auch Vertretende der lokalen Gemeinde. Die Aktion bot eine wunderbare Möglichkeit, ein gemeinsames Bewusstsein für den verantwortungsvollen Umgang mit Wasserressourcen zu schaffen (Abb. 18).



Abbildung 18: Im Rahmen der gemeinsamen Aktion am Flussgebiet des Guadalquivir wird Müll am Flusssufer gesammelt.



Foto: Alex Fernández Poulussen

INGESPARTES WASSER AUF PROJEKTFARMEN (in Millionen Liter)

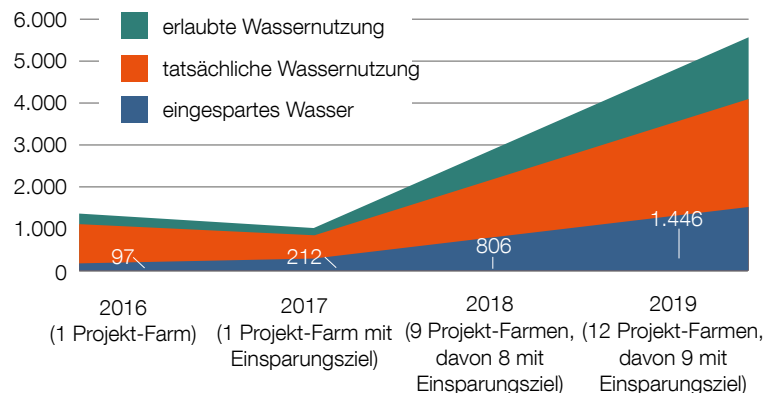


Abbildung 17: Eingespartes Wasser auf den Projektfarmen in Millionen Litern. Die Gesamtmenge der erlaubten Wassernutzung steigt 2018 und 2019 durch die Ausweitung des Projektes auf neun bzw. zwölf Projekt-Farmen an. Maßnahmen zur verpflichtenden Wasserreduktion greifen erst ab dem zweiten Jahr der Teilnahme, d. h. 2019 galten die Einsparungsziele für neun Projektfarmen.

3

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange und Mandarine

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

NACHHALTIGERER PFLANZENSCHUTZ

Eine weiterhin positive Entwicklung war auch beim Einsatz von Pflanzenschutzmitteln zu verzeichnen. Denn alle Produzentinnen und Produzenten müssen den im Projekt entwickelten Pestizidplan 1 : 1 befolgen. Das bedeutet: Besonders gefährliche bzw. kritische Stoffe wie Glyphosat sind von vornherein tabu.²⁵ Außerdem dürfen chemische Mittel erst dann zum Einsatz kommen, wenn der Schädlingsbefall einen ern-

tegegefährdenden Grenzwert erreicht hat. Bis dahin wird die Größe der Schädlings- und Nützlingspopulationen systematisch bei wöchentlichen Rundgängen auf jeder Farm überprüft und festgestellt, ob das natürliche Gleichgewicht zur Schädlingskontrolle ausreicht. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Über 7.300 Liter Pflanzenschutzmittel konnten die Projektfarmen 2019 im Vergleich zum jeweiligen Jahr vor Projekteinstieg einsparen.

REDUKTION DER EINGESETZTEN PFLANZENSCUTZMITTEL AUF PROJEKTFARMEN

nach Kategorie, 2016–2019
(Menge aktiver Wirkstoffe (kg/l) pro Hektar)

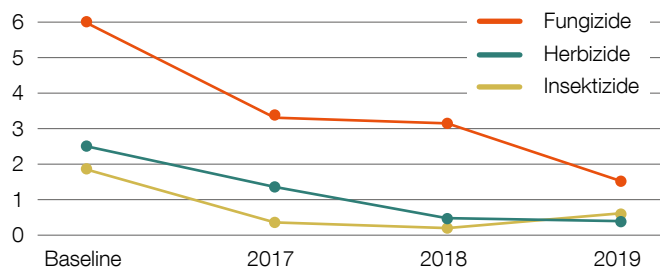
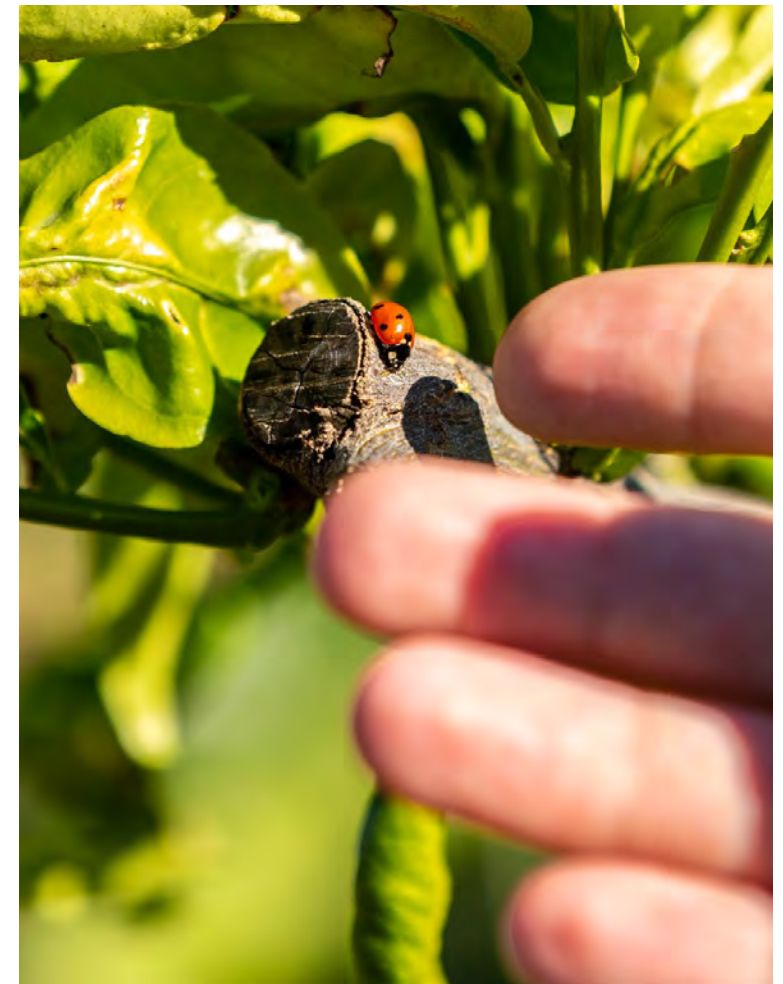


Abbildung 19: Veränderung der eingesetzten Menge an Pflanzenschutzmitteln (Menge an aktiven Wirkstoffen in kg/l pro Hektar) nach Kategorie, 2016–2019, Durchschnitt der zwölf Projektfarmen.



²⁵ Als erste Orientierung diente hier die PAN International List of Highly Hazardous Pesticides (HHP) des Pesticide Action Network (PAN).

3

WEITERE MASSNAHMEN DER GUTEN LANDWIRTSCHAFTLICHEN PRAXIS

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange und Mandarine

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Elf der Projektfarmen liegen in Gebieten, die als „besonders verletzte Zonen in Bezug auf mögliche Nitratverschmutzung“ klassifiziert sind. Nicht nur die spanischen Behörden, auch das Projekt selbst stellt hier besondere Anforderungen, um Böden und Gewässer zu schützen. Deshalb wurden 2019 projektinterne „Leitlinien zur verantwortungsvollen Düngung“ beschlossen:

- Grenzwerte zur Ausbringung von Nitratdünger in „besonders verletzlichen Zonen“ müssen eingehalten werden, selbst wenn Projektfarmen nicht in diesen Zonen liegen.
- Die Farmen verpflichten sich zu einer effizienten Düngung auf Grundlage von regelmäßig durchgeführten Blatt-, Boden-, Wasser- und Wurzelanalysen.
- Der tatsächliche Düngemittelverbrauch wird dokumentiert,

Düngepläne mit den Projektexpertinnen und -experten besprochen und gegebenenfalls angepasst.

- Die Bodenfruchtbarkeit, insbesondere in Bezug auf den Humusgehalt, wird gefördert.

Der Humusgehalt variiert je nach Bodenbeschaffenheit. Ist ein bestimmter Grenzwert unterschritten, der Humusgehalt also „niedrig“ oder „sehr niedrig“, besteht Handlungsbedarf. Die Auswertung der Bodenproben von neun Projektfarmen ergab, dass das bei sieben von 19 Proben²⁶ der Fall war. Die fünf betroffenen Produzierenden verpflichteten sich in der Konsequenz, den organischen Anteil dieser Parzellen durch zusätzliche organische Düngung zu erhöhen. Die Verbesserung der Böden braucht grundsätzlich Zeit, sodass hier eher mittelfristig mit Ergebnissen zu rechnen ist.

EINHALTUNG DER BEHÖRDLICHEN VORGABEN IN BEZUG AUF NITRAT-DÜNGUNG

durch die Farmen im Zitrus-Projekt, 2019

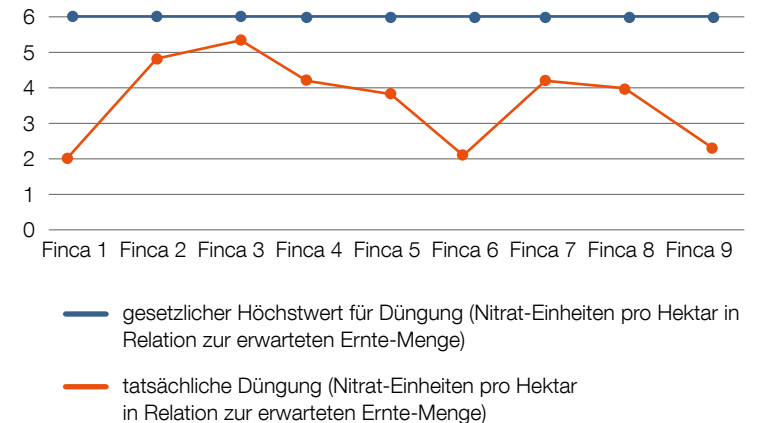


Abbildung 20: Alle Projektfarmen halten die behördlichen Vorgaben zur Düngung ein, die für „besonders verletzte Zonen in Bezug auf mögliche Nitratverschmutzung“ gelten

²⁶ Je nach Größe und Einheitlichkeit des Bodens der Projektfarmen wurden pro Farm zwischen einer und fünf Bodenproben genommen, um ein gezieltes Handeln zu ermöglichen.

3

ERHALT UND FÖRDERUNG VON BIOLOGISCHER VIELFALT UND ÖKOSYSTEMEN

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange und Mandarine

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Auch im Jahr 2019 wurde die Artenvielfalt auf den Projektfincas erneut stark in den Blick genommen. Mittlerweile bestätigt das regelmäßige Monitoring auch die Präsenz von größeren Tieren: 72 verschiedene Vogelarten, 13 Säugetierspezies sowie zwölf Reptilien- und Amphibienarten wurden ermittelt. Seltene Tiere wie Dachs, Fischotter, Manguste, Gartenschläfer und Mauswiesel gehören ebenso dazu wie die größte Eidechse Europas, die unter strengem Schutz stehende Perleidechse.

Und auch unser Bioindikator entwickelt sich weiterhin positiv: Die Zahl der Marienkäferarten stieg seit Projektstart von fünf auf 23 bis Ende 2019. Das zeigt exemplarisch, dass dank der umgesetzten Maßnahmen die Natur sich die Plantagen sukzessive zurückerobert. Zudem wurden auf drei weiteren Farmen Projektschutzprotokolle eingeführt, mit denen konkrete Maßnahmen zum Schutz des Raubwürgers und des Ziegenmelkers festgelegt werden. Beide Arten finden auf Zitrusplantagen normalerweise keine idealen Lebensbedingungen, denn während

Raubwürger gerne in Dornenhecken ihre Nester bauen, brüten Ziegenmelker am liebsten am Boden, direkt unter den Orangenbäumen. Mittlerweile sind zehn Schutzprotokolle aktiv.



Foto: Jesús Quintana

Abbildung 21: Schutzprotokoll zeigt Erfolg: Ziegenmelker mit Küken.



Abbildung 22: Aktiviertes „Ziegenmelker-Schutzprotokoll“: Da zwischen den Baumreihen Eier des bodenbrütenden Vogels entdeckt wurden, wird der Weg zeitweise für Traktoren gesperrt.

ANZAHL GESCHÜTZTER TIERE auf den Projektfarmen, 2019

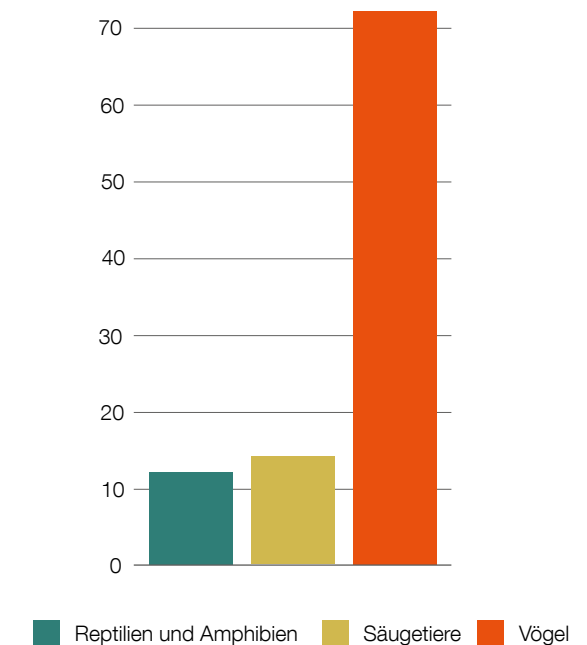


Abbildung 23: Der Projektextperte für Biodiversität nimmt ein regelmäßiges Monitoring der auf den Projektfarmen vorhandenen Tierarten vor. Die Zählung berücksichtigt alle Tierarten, die im nationalen Katalog „geschützter Tierarten“ aufgeführt sind bzw. in den Anhängen II oder III der Konvention von Bern als „geschützte“ oder „besonders geschützte“ Arten genannt sind.

3

AUSBLICK

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange und Mandarine

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Das gemeinsame Projekt für bessere Orangen und Mandarinen wurde mit dem Anspruch gestartet, die negativen Auswirkungen der konventionellen Landwirtschaft dort mit gezielten Maßnahmen zu reduzieren, wo die Hebelwirkung möglichst groß ist: im Zitrusanbau in Spanien. Um zu überprüfen, ob das Vorgehen diesem Anspruch auch wirklich gerecht wird, haben die Partner im Projektjahr 2019 auf Grundlage von Daten der Pilotfinca Iberesparragal in einer ersten Analyse berechnen lassen, wie nachhaltig ihre Orange ist: verglichen mit komplett konventionell angebauten Früchten einerseits und im Vergleich zu denen aus dem Bio-Anbau. Dazu wurden die ökologischen Kosten, d. h. die Auswirkungen des Anbaus auf die Umwelt, in den Kategorien Wasser, Treibhausgase, Schadstoffe und Landnutzung errechnet. Das Ergebnis: Orangen der Pilotfinca und Bio-Orangen haben im Hinblick auf die Umweltkosten beide deutliche Vorteile gegenüber dem konventionellen Anbau. Und: Die Orange von Iberesparragal schneidet – betrachtet

man die Umweltkosten mengenbezogen – hier sogar am besten ab.

Aus dem ersten Umweltkostenvergleich wurden bereits Maßnahmen zur weiteren Verbesserung des gemeinsamen Landwirtschaftsprojekts abgeleitet und mit ihrer Umsetzung begonnen. Ziel ist es, die Auswirkungen des Orangenanbaus auf die Umwelt weiter zu reduzieren. Dazu wird 2020 das Thema Düngemittelverbrauch noch stärker in den Fokus genommen. Eine weitere Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit und Biodiversität kann die noch bestehende „Umweltkostenlücke“ zur Bio-Orange weiter verringern.

Außerdem wird sich das Projektteam 2020 intensiv der strategischen und inhaltlichen Ausrichtung des Projektes für die nächsten Jahre widmen. Dazu gehört eine zunehmende Konsolidierung der bestehenden Strukturen und Inhalte, um weitere Farmen und möglicherweise sogar eine weitere Region einzubeziehen: Denn Andalusien ist zwar die wichtigste Herkunftsregion für Orangen bei Netto, Zitrusfrüchte werden aber aus weiteren Gegenden Spaniens importiert.

ZUR ANALYSE DER UMWELTKOSTEN

EDEKA und WWF arbeiten gemeinsam mit einem externen Beratungsunternehmen bereits an der Verfeinerung der Methodik zur Umweltkostenbewertung. Die Daten weiterer Projektfincas und -jahre werden herangezogen, um die klimatische sowie die standort- und produzentenabhängige Variabilität des Anbaus einzubeziehen und ein repräsentatives und ganzheitliches Bild für die Projektorange über die Pilotfarm Iberesparragal hinaus zu erhalten. Auch neue wissenschaftliche Erkenntnisse, wie die im Jahr 2019 durch das Umweltbundesamt veranlasste Erhöhung der Kosten für die Emission von Treibhausgasen, werden dabei berücksichtigt. Aufgrund dieser Erweiterungen ist mit einer teils deutlichen Veränderung der Analyseergebnisse zu rechnen.

3

HABITATE FÜR DIE ARTENVIELFALT

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange und Mandarine

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

Die biologische Vielfalt auf den Fincas wird durch Maßnahmen wie einen reduzierten Einsatz von Herbiziden, das Anbringen von Nistkästen und „Biodiversitätsinseln“ in Bewässerungsbecken erhalten und gefördert. So fühlen sich auch größere Tiere auf den Projektfarmen wohl – sie befinden sich in ihrer persönlichen Komfortzone.



MAURISCHE BACHSCHILDKRÖTE

Exemplare der Maurischen Bachschildkröte sind auf den Zitrusplantagen zu finden. Durch das Anbringen von Schwimmiseln auf Fincas mit Wasserbecken können sie zwischendurch Sonne tanken, was für ihre Temperaturregulierung notwendig ist.

FISCHADLER

Dieser Fischadler fühlt sich auf den angebrachten Ansitzstangen für Greifvögel wohl. Durch das Foto konnte seine Beringung ausgewertet werden: Er wurde vor fünf Jahren in England geboren und legte von dort eine Reise über 1.700 Kilometer bis zur Projektfarm „El Cerro“ zurück. In den zwei großen Rückhaltebecken der Finca findet er ausreichend Fische als Futter.



DACHS

Als nachtaktives Tier orientiert sich der Dachs an seinem Geruchssinn und reagiert entsprechend sensibel, wenn Herbizide angewendet werden. Auf den Projektfincas sind Herbizide nur direkt unter den Orangenbäumen erlaubt. Dafür bedankt der Dachs sich mit seiner Präsenz auf inzwischen fast allen Fincas.



TURMFALKE

Auf allen Fincas werden Nistkästen für Greifvögel angebracht. Einen dieser Nistkästen hat ein Turmfalke genutzt, um Nachwuchs auszubrüten. Die frisch geschlüpften Küken warten auf Futter, bis sie selbst eines Tages Mäuse auf den Plantagen in der Umgebung fangen können.



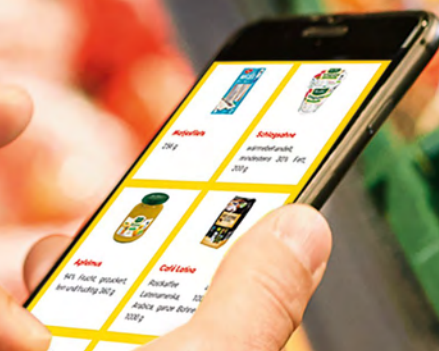
EIDECHSEN

Durch das Anlegen von Steinhaufen finden Eidechsen Schutz auf den Fincas. Dieser schwangere Algerische Sandläufer hat eine der Projektfincas zur Fortpflanzung ausgewählt. Die Umrissse von zwei Eiern im Bauch der Eidechse lassen sich gut erkennen. Und auch die Perleidechse, Europas größte Eidechsen-Art mit bis zu 65 Zentimetern, befindet sich auf den Fincas.



Foto: Jesús Quintano

PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION



4

PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

- 1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT
- 2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN
- 3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE
- 4 **PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION**
- 4.1 Status Co-Branding
- 4.2 Projekt-Branding
- 5 GLOSSAR & VERMERK

Was kann Kommunikation leisten? Das Co-Branding mit dem WWF-Panda unterstützt und bestätigt Zertifizierungssysteme. So begünstigt der Bio-Standard beispielsweise durch einen verringerten Pestizideinsatz und Kunstdüngerausschluss ein gesundes Leben. Dabei werden Wasser und Sozialrisiken vom WWF in besonderer Weise berücksichtigt, da die EU-Öko-Verordnung hier Lücken aufweist. Zertifizierungssysteme sichern auch die Bewahrung und nachhaltige Nutzung der Ozeane, Meere und Meeresressourcen und tragen dazu bei, Überfischung zu vermeiden und nachhaltiger zu wirtschaften. Hat das Einfluss auf den Konsum? Die Kennzeichnung ausgewählter Waren mit dem Panda-Logo ist eine Orientierungshilfe für nachhaltigere Kaufentscheidungen am Regal.

Netto und WWF: Gemeinsamer Beitrag zu den SDGs im Rahmen der produktbezogenen Kommunikation



4

PRODUKTE MIT DEM PANDA

- 1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT
- 2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN
- 3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE
- 4 **PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION**
 - 4.1 Status Co-Branding
 - 4.2 Projekt-Branding
- 5 GLOSSAR & VERMERK

WWF UND NETTO FÖRDERN NACHHALTIGERE EINKAUFS-ENTSCHEIDUNGEN

» Laut einer aktuellen Studie vom Bundesumweltministerium werden die Natur und die biologische Vielfalt generationenübergreifend als schützenswertes Gut angesehen. Die Mehrheit der Bevölkerung betrachtet es als Pflicht, die Natur zu schützen. Direkten Einfluss auf ihre Ökobilanz können Verbraucherinnen und Verbraucher bei jedem Einkauf nehmen, denn ihr Konsumverhalten wirkt sich auf den Verbrauch von Ressourcen, den Ausstoß von Treibhausgasen oder den Erhalt der Biodiversität aus. Mehrwegprodukte schonen Ressourcen und die Produktion von Bio-Lebensmitteln trägt zum Gewässer- und Artenschutz bei. Außerdem bedeuten regional und lokal produzierte Waren kurze Wege und wenige transportbedingte Treibhausgasemissionen. Nachhaltiger Konsum zu fördern gehört deshalb zu den übergeordneten Zielen der strategischen Partnerschaft von Netto und WWF.

MIT CO-GEBRANDETEN PRODUKTEN NACHHALTIG KONSUMIEREN

» Da die EU-Öko-Verordnung Lücken bei der Verankerung von Wasser- und Sozialkriterien aufweist, werden bei EU-Bio-Produkten zusätzlich noch die regionalen oder lokalen Wasserrisiken sowie Sozialrisiken auf Länderebene geprüft. Liegen hohe Wasser- oder Sozialrisiken vor, werden diese wo möglich durch zusätzliche Standards (z. B. GlobalG.A.P.+GRASP) ergänzt, um so eine Verbesserung in der Lieferkette zu erzielen. Liegen entsprechende Nachweise vor, kann der Artikel das Panda-Logo tragen. Auch Orangen und Mandarinen, die aus einem gemeinsamen Anbauprojekt von Netto und dem WWF stammen, sind mit dem Panda gekennzeichnet. Achten Sie darauf!



WEGWEISER DURCH SORTIMENT UND SIEGEL

» Der Panda des WWF zeigt Kundinnen und Kunden in ihren Netto-Märkten, welche Produkte der Netto-Eigenmarken die Umwelt schonen und damit den ökologischen Fußabdruck kleiner halten. Der Panda gibt Sicherheit bei der Konsumententscheidung, denn er steht dafür, dass Produkte vergleichsweise nachhaltiger hergestellt sind mit Umweltschutz-Zertifikationen, die von unabhängigen Prüfern kontrolliert werden. Das gilt zum Beispiel für das Bio-Siegel der EU, für Bioland, Naturland, Demeter, den Blauen Engel und auch für die Zertifikate MSC® (Marine Stewardship Council = nachhaltige Fischerei) und FSC® (Forest Stewardship Council = nachhaltige Waldwirtschaft). Mit diesem Kommunikationsangebot im Handel, dem sogenannten Co-Branding, richtet Netto die Aufmerksamkeit auf vergleichsweise nachhaltigere Produkte und unterstützt verantwortungsvollere Entscheidungen am Regal.

4

DER WEGWEISER IM REGAL

- 1 **DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT**
- 2 **DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN**
- 3 **LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE**
- 4 **PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION**
 - 4.1 Status Co-Branding
 - 4.2 Projekt-Branding
- 5 **GLOSSAR & VERMERK**

Was sagt der Panda über den Karottensaft? Das weltweit bekannte WWF-Symbol samt Texthinweis leitet Kundinnen und Kunden im ganzen Netto-Markt zu Produkten aus dem Netto-Eigenmarkensortiment, die besonders nachhaltig hergestellt sind. Insgesamt 344 Produkte sind es aktuell. Eines davon ist der Bio-Karottensaft. Die Karotten hierfür stammen aus Deutschland – einem Land mit vergleichsweise geringen Wasser- und Sozialrisiken. Daher wurde der Saft für das Co-Branding freigegeben. Der Panda auf dem Produkt bestätigt die Bio-Zertifizierung.



4.1

STATUS CO-BRANDING

- 1 **DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT**
- 2 **DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN**
- 3 **LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE**
- 4 **PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION**
- 4.1 Status Co-Branding
- 4.2 Projekt-Branding
- 5 **GLOSSAR & VERMERK**

Zum 30.06.2020 trugen 344 Netto-Produkte ein Co-Branding. Davon sind 209 Bio-, 62 MSC- und 37 FSC®-zertifiziert; 27 Produkte sind mit dem Blauen Engel ausgezeichnet und neun Produkte im Eigenmarkensortiment nach der Natrue-Stufe 2 (Naturkosmetik mit Bioanteil) oder 3 (Biocosmetik) zertifiziert. Die prozentuale Verteilung ist in Abbildung 26 dargestellt. Im Vergleich zum Vorjahr und bezogen auf die absoluten Zahlen gab es vor allem eine Steigerung bei den Bio- und Blauer Engel-zertifizierten Produkten. So sind beispielsweise Produkte mit dem Blauen Engel im Bereich Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel der Eigenmarke RESPEKT hinzugekommen. Außerdem wurden Naturkosmetikprodukte der Eigenmarke Blütezeit (Natrue Naturkosmetik) in das Sortiment aufgenommen.

Alle Eigenmarkenprodukte von Netto, die im Laufe der Partnerschaft ein WWF-Logo erhalten haben, sind im Co-Branding Tool erfasst. Das Monitoring basiert auf einem Auszug aus diesem Tool. Bei der Erhebung der Ergebnisse werden alle Produkte gezählt, bei denen bei mindestens einem Lieferanten die Anforderungen

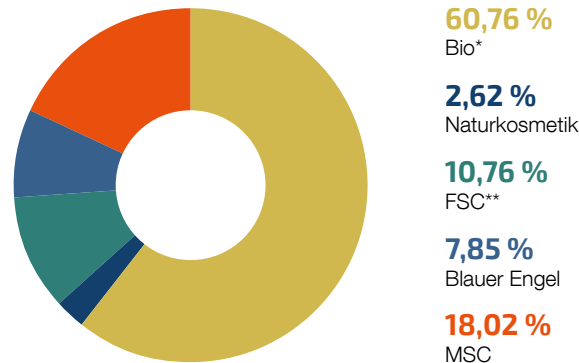


Abbildung 24: Anteil aller Netto-Eigenmarkenprodukte mit Co-Branding, aufgeteilt nach Nachhaltigkeitsstandards, die der WWF anerkennt (Stand 30.06.2020).

* Vom WWF für das Co-Branding anerkannte Bio-Standards. Darunter fallen EU-Öko-Verordnung, Bioland oder vergleichbare Bioverbände.
** FSC® 100 % für Holzprodukte; FSC®-Recycling für Tissue- und Papierprodukte.

für das Co-Branding erfüllt sind. Das sind alle Netto-Eigenmarken, die vom WWF anerkannte Nachhaltigkeitsstandards (EU-Öko-Verordnung, Bioland oder vergleichbare Bioverbände, MSC, FSC®, Blauer Engel, Natrue) nachweisen, die von unabhängigen Prüforganisationen zertifiziert worden sind und im Falle einer Bio-Zertifizierung zusätzlich die Wasser- und Sozialrisikoprüfung bestehen. Jedes Produkt wird nur einmal gezählt, auch wenn es von

verschiedenen Lieferanten stammt. Bei der Co-Branding-Prüfung werden alle Lieferanten eines Produktes kontrolliert. Es kann vorkommen, dass nicht alle die notwendigen Bedingungen erfüllen. In diesem Fall finden sich im Markt dann ausschließlich Produkte, deren Lieferanten die Anforderungen erfüllen. Das kann zur Folge haben, dass ein Produkt in einem Markt das Panda-Logo trägt, in einem anderen Markt jedoch nicht.

ENTWICKLUNG DER EIGENMARKENPRODUKTE MIT CO-BRANDING

seit 2016

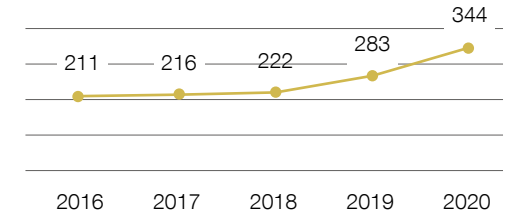


Abbildung 25: Entwicklung der Eigenmarkenprodukte mit Co-Branding seit 2016 (Stand 30.06.2020)

Die Risikoeinschätzung im Rahmen der Co-Branding-Vergabe wird an die aktuelle Risikolage angepasst. Dies betrifft in erster Linie die Bio-Prüfung, kann aber auch Einfluss auf die Co-Branding-Vergabe bei Fischprodukten mit dem MSC-Siegel haben. Die Einschätzung der Risiken bei der Wasserrisikoprüfung basiert auf den Informationen aus dem Water Risk Filter (vgl. Kapitel 2.6) und bei der Sozialrisikoprüfung auf der Amfori BSCI Länderliste.

4.2

PROJEKT-BRANDING

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

4.1 Status Co-Branding

4.2 Projekt-Branding

5 GLOSSAR & VERMERK

Neben der Auszeichnung von Produkten, die einen vom WWF anerkannten Höchststandard erfüllen (Co-Branding), gibt es auch gemeinsame Anbauprojekte. Hier stehen die Partner in direktem Kontakt zur Erzeugerebene, um tragfähige und skalierbare Lösungen für den nachhaltigeren Anbau von landwirtschaftlichen Produkten zu finden. Da der größte Anteil der landwirtschaftlichen Erträge aus konventioneller Produktion stammt, setzen die Vertragspartner bewusst in

diesem Sektor an (siehe hierzu auch Kapitel 3). Die Früchte aus diesem Anbauprojekt (Orangen und Mandarinen aus Süds Spanien) sind mit dem Panda-Logo und dem Claim „Netto & WWF: Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange“ gekennzeichnet. Mehr zum Projekt und den darin umgesetzten Maßnahmen für nachhaltigere Wassernutzung, nachhaltigeren Pflanzenschutz und die Förderung der Biodiversität findet sich im Kapitel Zitrusprojekt.



5.1

GLOSSAR

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

5.1 Glossar

5.2 Vermerk

Aktionsartikel

Artikel, die ausschließlich in einem bestimmten Zeitraum vertrieben werden und nicht zum Dauersortiment gehören.

Alliance for Water Stewardship (AWS)

Die Alliance for Water Stewardship (AWS) ist eine mitgliederbasierte Nicht-regierungsorganisation, bestehend aus Unternehmen, NGOs, Forschungseinrichtungen und öffentlichen Institutionen. Sie hat das Ziel, die nachhaltige Wassernutzung im Rahmen des internationalen Standards für Water Stewardship weltweit zu fördern.

Der AWS-Standard ist ein global einheitliches Rahmenwerk und ermöglicht es Anwendern, ihre Wassernutzung und deren Auswirkungen zu verstehen und gemeinsam transparent für ein nachhaltigeres Wassermanagement im Kontext des Wassereinzugsgebietes zu arbeiten. Weitere Informationen finden Sie unter www.a4ws.org

amfori BSCI

Die amfori BSCI ist eine Unternehmens-Initiative zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in globalen Lie-

ferketten. Der amfori BSCI Code of Conduct basiert auf den Konventionen der International Labor Organization (ILO), den universellen Menschenrechtsdeklarationen der Vereinten Nationen, dem UN Global Compact und den OECD-Richtlinien. Alle Teilnehmer von amfori BSCI stimmen dem Code of Conduct (CoC) zu und verpflichten sich zu dessen Einhaltung. Der amfori BSCI umfasst alle Branchen und kann in allen Ländern angewendet werden.

Aquaculture Stewardship Council (ASC)

Der ASC ist eine gemeinnützige Nachhaltigkeits- und Zertifizierungsorganisation, die Produkte kennzeichnet, die aus umweltverträglicher und sozial verantwortungsvoller Aquakultur stammen sowie eindeutig rückverfolgbar sind. Weitere Informationen finden Sie unter www.asc-aqua.org/de/

Bioland

Bioland ist der größte deutsche ökologische Anbauverband. Mehr als 8.000 biologische Betriebe, Imkereien und Weingüter in Deutschland und Südtirol wirtschaften nach den strengen Bioland-Richtlinien, die z. B. hinsicht-

lich Futter und Haltung der Tiere weit über die Vorgaben der gesetzlichen EU-Öko-Verordnung hinausgehen. Weitere Informationen finden Sie unter www.bioland.de

Blauer Engel

Die Umweltzeichen des Blauer Engel-Standards zeichnen innerhalb bestimmter Produktgruppen ökologisch vorteilhaftere Produkte und Dienstleistungen aus, die etwa durch den sparsamen Einsatz von Rohstoffen bei der Herstellung und beim Gebrauch, eine lange Lebensdauer oder eine nachhaltige Entsorgung gekennzeichnet sind. Der Blaue Engel kann unter anderem auch auszeichnen, dass Materialien wiederverwendet wurden, z. B. durch 100 Prozent Altpapier oder einen hohen Recycling-Kunststoffanteil. Weitere Informationen finden Sie unter www.blauer-engel.de

Derivate und Fraktionen aus Palm(kern)öl

Palm(kern)öl kann durch aufwendige chemische Umwandlungsprozesse verändert werden. Dabei entstehen sogenannte Derivate, die beispielsweise als Tenside oder Emulgatoren in Kosme-

tika und Reinigungsmitteln eingesetzt werden. Palm(kern)öl lässt sich durch Fraktionierung in feste und flüssige Komponenten teilen.

EDEKA-Verbund

Der EDEKA-Verbund ist mittelständisch und genossenschaftlich geprägt und einer der führenden Lebensmittelhändler in Deutschland. Er basiert auf dem Zusammenspiel dreier Stufen: den Kaufleuten vor Ort, den sieben regionalen Großhandelsbetrieben sowie der EDEKA-Zentrale mit Sitz in Hamburg. Zum EDEKA-Verbund gehört darüber hinaus Netto Marken-Discount, eine Tochtergesellschaft der EDEKA-Zentrale.

EDEKA-Zentrale

Die EDEKA-Zentrale koordiniert die strategische Weiterentwicklung des EDEKA-Verbunds und steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne „Wir lieben Lebensmittel“. Sie gibt die Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele – beispielsweise das Schaffen durchgängiger IT-Strukturen oder die Entwicklung zeitgemäßer Personalentwicklungs- und Qualifizierungskonzepte für den Einzelhandel.

5.1

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

5.1 Glossar

5.2 Vermerk

EU-Öko-Verordnung

Die EU-Öko-Verordnung regelt den Bio-Landbau in der Europäischen Union. Sie ist die sogenannte Basis-Verordnung VO Nr. 834/2007, welche für ökologische Landwirtschaft und für die Erzeugung von Bio-Produkten steht. Die mit dem EU-Öko-Logo und dem deutschen Öko-Siegel ausgezeichneten Produkte müssen mindestens die Anforderungen der EG-Öko-Verordnung erfüllen.

Forest Stewardship Council (FSC®)

Der FSC® ist ein internationales Zertifizierungssystem für nachhaltigere Waldwirtschaft. Es wird von den großen NGOs als das einzige global agierende Waldzertifikat angesehen, welches glaubwürdig verantwortungsvolle Waldwirtschaft auszeichnet. Das Holz mit dem FSC®-Siegel für die Herstellung von z. B. Möbeln oder Schulheften stammt aus Wäldern und Plantagen, die unter anderem nach strengeren ökologischen und sozialen Prinzipien bewirtschaftet werden. So soll dazu beigetragen werden, Wälder langfristig zu erhalten. Bei FSC®-zertifizierten Wäldern handelt es sich jedoch nicht um unberührte Natur. Die Holzentnahme kann durchaus intensiv sein. Weitere Informationen finden Sie unter www.fsc-deutschland.de/de-de/warenzeichen/kennzeichen

Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP)

Das Forum Nachhaltiges Palmöl ist ein Zusammenschluss von derzeit (Stand August 2020) 51 Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Verbänden und dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Ziel des FONAP ist es, den Anteil nachhaltiger erzeugten Palmöls auf dem deutschen, österreichischen und schweizerischen Markt signifikant zu erhöhen und gleichzeitig existierende Standards und Zertifizierungen zu verbessern.

EDEKA-Fruchtkontor

EDEKA ist eines der wenigen Handelunternehmen, die über ein eigenes Kompetenzzentrum für Obst und Gemüse verfügen: das EDEKA-Fruchtkontor. Hier wird die Beschaffung von Obst und Gemüse für den EDEKA-Verband koordiniert und Ware aus weltweit über 80 Ländern bezogen. Produktentwicklung, Qualitätsmanagement und Logistik sind dabei wesentliche Aufgabenfelder.

Greenhouse Gas Protocol (GHG)

Das Greenhouse Gas Protocol ist ein Standard für Unternehmen zur Bilanzierung und Berichterstattung von Treibhausgasemissionen. Die Entwicklung des Standards wird vom World

Resources Institute (WIR) und dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) koordiniert.

GlobalG.A.P.

GlobalG.A.P. ist ein privates Qualitätssicherungs- und Zertifizierungssystem für gute landwirtschaftliche Praxis mit der weltweit breitesten Anwendung. Weitere Informationen finden Sie unter www.globalgap.org

Global Reporting Initiative (GRI)

Die Global Reporting Initiative (GRI) entwickelt in einem partizipativen Verfahren Richtlinien für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten von Unternehmen und Organisationen. Ziel der GRI-Standards ist es, durch Standardisierung und Vergleichbarkeit, Transparenz über die CSR Aktivitäten eines Unternehmens zu schaffen.

„Gutes Futter“

„Gutes Futter“ ist ein EDEKA-Verband-eigenes Label im Bereich der Nutztierfütterung im Segment Weiße Linie. Es wird eingesetzt bei Lieferanten, die eine VLOG-Zertifizierung aufgrund nicht auszuschließender gentechnisch veränderter Produktkomponenten derzeit nicht erreichen können, aber deren Futter GVO-frei ist. Weitere Informationen finden Sie unter www.netto-online.de/ueber-netto/Gutes-Futter.chtm

Zertifikate für kleinbäuerliche Betriebe

RSPO Book & Claim-Zertifikate können über die Plattform Palmtrace auch bei einem bestimmten RSPO-zertifizierten Palmöl produzierenden Unternehmen gekauft werden (sogenannte Off-Market Deals). Im Vergleich zum anonymen Erwerb von Zertifikaten besteht der Vorteil darin, dass Zertifikate rückverfolgbar sind und gezielt kleinbäuerliche Betriebe oder verantwortungsvolle Produzierende unterstützt werden können.

Key Performance Indicator (KPI)

KPIs bzw. Leistungskennzahlen bezeichnen Kennzahlen, anhand derer der Erfolg bzw. die Leistung einer Zielsetzung oder Maßnahme ermittelt werden kann. Kennzahlen dienen der Entscheidungsunterstützung, Steuerung und Kontrolle von Maßnahmen.

Marine Stewardship Council (MSC)

Der Marine Stewardship Council (MSC) ist eine internationale, gemeinnützige Einrichtung und vergibt ein Umweltsiegel für nachhaltig arbeitende und vorbildlich geführte Fischereien, die bestandserhaltend und mit Rücksicht auf die Meeresumwelt fischen. Ziel ist es, nur so viel Fisch zu fangen, dass die Fischbestände im Meer langfristig erhalten bleiben. Weitere Informationen finden Sie unter www.msc.org

5.1

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

5.1 Glossar

5.2 Vermerk

Natrue

Das Natrue-Siegel ist ein internationales Naturkosmetik-Siegel der Non-Profit-Organisation „The International Natural and Organic Cosmetics Association“, welches seit 2007 Kosmetikprodukte mit natürlichen und biologischen Inhaltsstoffen zertifiziert. Weitere Informationen finden Sie unter www.natrue.org

Pesticide Action Network (PAN)

Das Pesticide Action Network (PAN) ist ein Netzwerk von über 600 teilnehmenden Nichtregierungsorganisationen, Institutionen und Einzelpersonen in über 90 Ländern, die daran arbeiten, den Einsatz gefährlicher Pestizide durch ökologisch sinnvolle und sozial gerechte Alternativen zu ersetzen.

PAN International List Highly Hazardous Pesticides (HHP)

Die PAN International List of Highly Hazardous Pesticides listet 310 Pestizid-wirkstoffe (Stand März 2019) auf, die für die menschliche Gesundheit, für Tiere und für die Umwelt besonders gefährlich sind. Seit ihrer ersten Veröffentlichung 2009 wird die HHP-Liste regelmäßig aktualisiert.

Palm Oil Innovation Group (POIG)

Die Palm Oil Innovation Group ist eine im Jahr 2013 gegründete Initiative mit

dem Ziel, innovative und nachhaltige Praktiken im Palmölanbau gemeinsam mit Stakeholdern der gesamten Wertschöpfungskette zu fördern und umzusetzen. POIG baut auf den Prinzipien und Kriterien des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) auf und fordert die Umsetzung höherer ökologischer und sozialer Anforderungen, die nicht über den RSPO-Standard abgedeckt sind. Weitere Informationen finden Sie unter www.poig.org

(Wasser-)Risikoländer (RL)

Als (Wasser-)Risikoländer werden Länder bezeichnet, die – basierend auf dem WWF Water Risk Filter (WRF) – auf einer Skala von 1 (geringes Risiko) bis 5 (sehr hohes Risiko) eine Risikobewertung von 3 oder höher erhalten.

Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)

Der 2004 gegründete RSPO hat das Ziel, nachhaltige Anbaumethoden für Palmöl zu fördern und so die negativen Auswirkungen der Palmölproduktion zu begrenzen. Mitglieder sind neben Nichtregierungsorganisationen vor allem Unternehmen und Institutionen aus der Wertschöpfungskette des Palmöls, darunter Plantagenbetreiber, Händler und industrielle Abnehmer von Palmöl, aber auch Investoren und Banken. Im Jahr 2018 wurden

die Prinzipien und Kriterien des RSPO zuletzt überarbeitet und umfassen seitdem höhere soziale und ökologische Anforderungen, deren Umsetzung für Mitglieder seit November 2019 verpflichtend ist. Weitere Informationen finden Sie unter www.rspo.org/

RSPO-Lieferkettenmodell Book & Claim (B & C)

Nicht zertifiziertes Palmöl wird über virtuelle Zertifikate abgedeckt, die von RSPO-zertifizierten Produzierenden angeboten werden. Hierdurch soll die Produktion von nachhaltigerem Palmöl erhöht werden. Es befindet sich keine zertifizierte Ware im Produkt. Es besteht auch die Möglichkeit, Zertifikate von kleinbäuerlichen Betrieben zu erwerben, um diese gezielt zu unterstützen.

Verband Lebensmittel ohne Gentechnik e.V. (VLOG)

Der Verband Lebensmittel ohne Gentechnik e.V. (VLOG) vergibt das Siegel „Ohne GenTechnik“ für Lebensmittel und das Siegel „VLOG geprüft“ für Futtermittel. Zu seinen Mitgliedern gehören sowohl Betriebe, die in der Landwirtschaft, Verarbeitung sowie Herstellung von Lebensmitteln sowie im Handel arbeiten, als auch Beraterinnen und Berater, Vereine und Privatpersonen. Ziel der Verbands-

arbeit ist es, die Verbreitung der „Ohne Gentechnik“-Kennzeichnung und die dazugehörige Verbraucherinformation zu fördern. Außerdem sollen Unternehmen und Landwirte bei der Erzeugung und Vermarktung von „Ohne Gentechnik“-Lebensmitteln unterstützt werden. Weitere Informationen finden Sie unter www.ohnegentechnik.org

5.2

VERMERK

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

5 GLOSSAR & VERMERK

5.1 Glossar

5.2 Vermerk

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit über Nachhaltigkeitsinformationen

An den Vorstand der WWF Deutschland Stiftung bürgerlichen Rechts, Berlin

Wir haben die ausgewählten quantitativen Angaben in Tabelle 1 auf Seite 19 zum Thema Fisch und Meeresfrüchte; Tabelle 2 auf Seite 24, Abbildung 2 auf Seite 25 sowie Tabelle 3 auf Seite 26 zum Thema Holz/Papier/Tissue; Tabelle 4 und Abbildung 4 auf Seite 32 zum Thema Palmöl; Abbildung 5 auf Seite 40, Abbildung 6 und Abbildung 7 auf Seite 41 sowie Tabelle 5 auf Seite 43 zum Thema Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung; Abbildung 10 auf Seite 57 zum Thema Süßwasser; Tabelle 6 auf Seite 66, Tabelle 7 auf Seite 67, Tabelle 8 auf Seite 68, Abbildung 11 auf Seite 69, Abbildung 12 und Abbildung 13 auf Seite 70 sowie Abbildung 14 und Abbildung 15 auf Seite 71 zum Thema Verpackungen; Abbildung 24 auf Seite 87 zum Thema Co-Branding, veröffentlicht im Fortschrittsbericht 2020 zur

strategischen Partnerschaft zwischen WWF und Netto Marken-Discount (im Folgenden „Bericht“) für den Zeitraum vom 01. Juli 2019 bis zum 30. Juni 2020 der WWF Deutschland Stiftung bürgerlichen Rechts, Berlin (im Folgenden der „WWF Deutschland“) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter von WWF Deutschland sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts und die Ermittlung und Darstellung der ausgewählten quantitativen Angaben in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien. WWF Deutschland wendet die in den Standards zur Nachhaltigkeitsberichtserstattung der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Prinzipien (Genauigkeit, Ausgewogenheit, Verständlichkeit, Vergleichbarkeit, Zuverlässigkeit und Aktualität) in Verbindung mit internen Richtlinien an (im Folgenden: „Berichtskriterien“).

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung ange-

messener Methoden zur Aufstellung des Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung des Berichts zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Erklärung des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Unsere Prüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buch-

prüfer sowie den IDW-Qualitätssicherungsstandard: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1).

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfurteil mit begrenzter Sicherheit über die einleitend beschriebenen ausgewählten quantitativen Angaben im Bericht abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit beurteilen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die einleitend beschriebenen Angaben für den Zeitraum 01. Juli 2019 bis zum

5.2

1 DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

2 DIE FORTSCHRITTE IN DEN THEMENFELDERN

3 LANDWIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE

4 PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION

3 GLOSSAR & VERMERK

5.1 Glossar

5.2 Vermerk

30. Juni 2020 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Aufnahme des Aufstellungsprozesses des Berichts und zugehörigem internen Kontrollsystem
- Aufnahme der Methoden und Einschätzung der Konzeption und Implementierung von Systemen und Prozessen für die Datenerhebung und -verarbeitung
- Prozessaufnahme und Analyse ausgewählter quantitativer Angaben
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends

- Einsichtnahme in ausgewählte interne und externe Dokumente
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der im Prüfungsumfang enthaltenen Angaben.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise hinreichend und angemessen sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme gelangen lassen, dass die für den Zeitraum vom 01. Juli 2019 bis zum 30. Juni 2020 im Bericht von WWF Deutschland veröffentlichten ausgewählten quantitativen Angaben in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind.

Verwendungsbeschränkung/ AAB-Klausel

Dieser Vermerk ist an den Vorstand des WWF Deutschland gerichtet und ausschließlich für diesen bestimmt. Gegenüber Dritten übernehmen wir insoweit keine Verantwortung.

Dem Auftrag, in dessen Erfüllung wir vorstehend benannte Leistungen für den Vorstand des WWF Deutschland erbracht haben, lagen die Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in der Fassung vom 1. Januar 2017 zugrunde (<https://www.kpmg.de/bescheinigungen/lib/aab.pdf>). Durch Kenntnisnahme und Nutzung der in diesem Vermerk enthaltenen Informationen bestätigt jeder Empfänger, die dort getroffenen Regelungen (einschließlich der Haftungsbeschränkung auf EUR 4 Mio für Fahrlässigkeit in Ziffer 9 der AAB) zur Kenntnis genommen zu haben, und erkennt deren Geltung im Verhältnis zu uns an.

München, den 26.05.2021

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hell ppa.
Dollhofer