

**Anhang 3 der Vereinbarung zur Reduzierung von
Lebensmittelabfällen zwischen BMLEH und Unternehmen
des Lebensmittelgroß- und -einzelhandels:
Formblatt zur Rechenschaftslegung**



**Vereinbarung zur Reduzierung von Lebensmit-
telabfällen zwischen dem Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat
(BMLEH) und Unternehmen des Lebensmittel-
groß- und
-einzelhandels**

Rechenschaftslegung

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Berichtsjahr 2025

Inhaltsverzeichnis

1.	Unser Unternehmen.....	III
2.	Vereinbarung Groß- und Einzelhandel zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen.....	III
3.	Überblick: Reduzierungsmaßnahmen.....	IV
4.	Pflichtmaßnahmen im Detail.....	V
5.	Wahlpflichtmaßnahmen im Detail	IX
6.	Anlagen	XXIII
7.	Weiterführende Informationen	XXIII
8.	Kontaktinformationen.....	XXIII

1. Unser Unternehmen

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Darstellung:

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative. Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.200 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandelsebene die Rolle des Nahversorgers, der für Lebensmittelqualität und Genuss steht. Unterstützt werden sie im Jahr 2025 von sieben regionalen Großhandelsbetrieben, die täglich frische Ware in die EDEKA-Märkte liefern und darüber hinaus von Vertriebs- bis zu Expansionsthemen an ihrer Seite stehen. Die Koordination der EDEKA- Strategie erfolgt in der Hamburger EDEKA-Zentrale. Sie steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne „Wir ♥ Lebensmittel“ und gibt vielfältige Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft. Fachhandelsformate wie trinkgut, budni oder NATURKIND, die Kooperation mit online-basierten Lieferdiensten wie Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2025 mit rund 10.900 Märkten und rund 417.500 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 77,3 Mrd. Euro. Mit mehr als 20.900 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

2. Vereinbarung Groß- und Einzelhandel zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen

Mit Unterzeichnung der o.g. Vereinbarung¹ haben wir uns zu unserer Verantwortung bekannt, die Lebensmittelabfälle im Groß- und Einzelhandel in Deutschland verbindlich und wirksam zu reduzieren und zur Stärkung eines verantwortungsvollen Umgangs mit Lebensmitteln sowie zu einer höheren Wertschätzung für Lebensmittel und der zu ihrer Herstellung eingesetzten Ressourcen beizutragen.

Als Unternehmen, das die Vereinbarung unterzeichnet hat, verpflichten wir uns, die Zielvorgabe für die Verringerung der Lebensmittelabfälle um 30 % bis 2025 und 50 % bis 2030 in unserem Unternehmen zu erreichen. Darüber hinaus führen wir im eigenen Verantwortungsbereich sowie an den Schnittstellen zu vor- und nachgelagerten Bereichen bereits erprobte Maßnahmen fort und setzen neue um, die zu einer Reduzierung von Lebensmittelverschwendung im Handel und auch in anderen Sektoren beitragen. Dabei hat die Vermeidung von Lebensmittelabfällen oberste Priorität. Mit der vorliegenden Rechenschaftslegung dokumentieren wir unser Engagement und berichten über die von uns durchgeführten Reduzierungsmaßnahmen, zu denen wir uns verpflichtet haben. Über den Stand der Zielerreichung durch die Gesamtheit der unterzeichnenden Unternehmen gibt der vorgesehene aggregierende jährliche Bericht des Thünen-Instituts Auskunft.

¹ Ausführliche Informationen zur Vereinbarung Groß- und Einzelhandel und weiteren Unterzeichnern aus Groß- und Einzelhandel zu finden auf www.zugutfuerdietonne.de.

3. Überblick: Reduzierungsmaßnahmen

Bitte kreuzen Sie an, welche Maßnahmen Sie umgesetzt haben. Alle Pflichtmaßnahmen müssen erfüllt sein. Bei den Wahlpflichtmaßnahmen müssen pro Kalenderjahr min. 8 durchgeführt werden; darunter mindestens eine Maßnahme aus jeder der vier Kategorien (A, B, C, D).

PFLICHTMASSNAHME		B. Interne Wahlpflichtmaßnahmen im Markt bzw. im Online-Handel	
Pflichtmaßnahme 1:	☒	Wahlpflichtmaßnahme B.1	☐
Unternehmenseigenes Reduzierungsziel		Wahlpflichtmaßnahme B.2	☐
Pflichtmaßnahme 2:	☒	Wahlpflichtmaßnahme B.3	☐
Kooperation zur Weitergabe überschüssiger Lebensmittel		Wahlpflichtmaßnahme B.4	☐
Pflichtmaßnahme 3:	☒	Wahlpflichtmaßnahme B.5	☒
(Beachtung der) Obhutspflicht des Kreislaufwirtschaftsgesetz i.V.m der Abfallhierarchie für Lebensmittel		Wahlpflichtmaßnahme B.6	☐
Pflichtmaßnahme 4:	☒	Wahlpflichtmaßnahme B.7	☐
(Ermöglichung der) Verwendung innerhalb der Lebensmittelkette anfallender Überschüsse		Wahlpflichtmaßnahme B.8	☐
Pflichtmaßnahme 5:	☒	C. Wahlpflichtmaßnahmen an der Schnittstelle zu unseren Kund*innen	
Personalschulungen		Wahlpflichtmaßnahme C.1	☒
		Wahlpflichtmaßnahme C.2	☐
		Wahlpflichtmaßnahme C.3	☒
		Wahlpflichtmaßnahme C.4	☐
		Wahlpflichtmaßnahme C.5	☐
		Wahlpflichtmaßnahme C.6	☐
		Wahlpflichtmaßnahme C.7	☐
		Wahlpflichtmaßnahme C.8	☐
Wahlpflichtmaßnahmen		D. Unsere Wahlpflichtmaßnahmen zur Verbesserung der Weitergabe nicht mehr marktgängigen bzw. überschüssigen, aber noch verzehrfähiger Lebensmittel	
A. Wahlpflichtmaßnahmen an den Schnittstellen zu unseren produzierenden/zuliefernden Betrieben		Wahlpflichtmaßnahme D.1	☐
A.1. Maßnahmen im Bereich Obst und Gemüse		Wahlpflichtmaßnahme D.2	☒
Wahlpflichtmaßnahme A.1.1	☐	Wahlpflichtmaßnahme D.3	☐
Wahlpflichtmaßnahme A.1.2	☐	Wahlpflichtmaßnahme D.4	☐
Wahlpflichtmaßnahme A.1.3	☐	Wahlpflichtmaßnahme D.5	☐
Wahlpflichtmaßnahme A.1.4	☒	Unsere weiteren individuellen Maßnahmen	
Wahlpflichtmaßnahme A.1.5	☒	Individuelle Maßnahme	☐
A.2. Optimierung der Prozess-, Logistik- und Kühlkette		Individuelle Maßnahme	☐
Wahlpflichtmaßnahme A.2.1	☐	Individuelle Maßnahme	☐
Wahlpflichtmaßnahme A.2.2	☐	Individuelle Maßnahme	☐
Wahlpflichtmaßnahme A.2.3	☐		
Wahlpflichtmaßnahme A.2.4	☐		
Wahlpflichtmaßnahme A.2.5	☐		
Wahlpflichtmaßnahme A.2.6	☒		
A.3. Optimierungen von Verpackungen zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung		Unterzeichner der Vereinbarung Groß- und Einzelhandel seit: 27.06.2023, zuvor Mitgliedschaft im Dialogforum Groß- und Einzelhandel (seit 2020)	
Wahlpflichtmaßnahme A.3.1	☒		
Wahlpflichtmaßnahme A.3.2	☐		
A.4. Verbesserung der Zusammenarbeit im Umgang mit Überschüssen und Retouren			
Wahlpflichtmaßnahme A.4.1	☐		
Wahlpflichtmaßnahme A.4.2	☐		

4. Pflichtmaßnahmen im Detail

Soweit nicht anders angegeben, treffen die nachfolgenden Ausführungen für alle unsere Geschäftsstandorte zu.²

4.1. Unternehmenseigenes Reduzierungsziel

Unser Unternehmen hat sich verpflichtet, die Zielvorgabe für die Verringerung der Lebensmittelabfälle um 30 % bis 2025 und 50 % bis 2030 zu erreichen. Zur Überprüfung der Zielerreichung wurden dem Thünen-Institut folgende Informationen geliefert (bitte ankreuzen):

- ☒ Basisjahr für das unternehmenseigene Reduzierungsziel von 30 % bis 2025 und 50 % bis 2030.
- ☒ Individuelle Abschreibungen des vorangegangenen Kalenderjahres und weitere relevante Informationen wie jährliche Umsatzzahlen.
- ☐ Relevante Informationen zur Umrechnung der Abschreibungen in Gewichtsangaben (nach frühzeitig kommuniziertem Bedarf durch das Thünen-Institut).
- ☐ Relevante Informationen über den Umfang der von unserem Unternehmen weitergegebenen Lebensmittel. *Bearbeitungshinweis: Diese Informationen sind mindestens einmalig bis zum 01.07.2031 zu liefern.*

² Im Falle von plausiblen Gründen einer eventuellen Nicht-Erfüllung einer Maßnahme kann das Thünen-Institut in Absprache weitere Analysen im Sinne der Kontextualisierung erstellen und die Aus BMLEH präsentieren.

4.2. Kooperation zur Weitergabe überschüssiger Lebensmittel

74 % der Lebensmittelgeschäftsstandorte unseres Unternehmens haben im vergangenen Kalenderjahr gemäß der Verpflichtung nach 2.1. der Vereinbarung mindestens eine Kooperation unterhalten, um außerhalb ihres Hauptbetätigungsfeldes noch verzehrfähige Lebensmittel zum menschlichen Verzehr weiterzugeben.

Im Detail:

- 65 % der Standorte kooperieren mit den Tafeln und anderen zu sozialen bzw. gemeinnützigen Zwecken tätigen Empfängerorganisationen.
- 20 % der Standorte sind Kooperationen für entgeltliche Weitergabe eingegangen.

Zur Plausibilisierung der Kooperationspflicht wurde (bitte ankreuzen):

- ☐ eine jährliche Abfrage unter unseren Lebensmittelgeschäftsstandorten durchgeführt und dem Thünen-Institut vorgelegt.
- ☒ ein anderer geeigneter Weg gewählt. Dem Thünen-Institut wurde entsprechender Einblick in die gewählte Methodik und die jeweils gewonnenen Daten ermöglicht.

Unser Unternehmen hat aus folgenden Gründen die 90 % Kooperationsrate der Lebensmittelgeschäftsstandorte nicht erreicht:

☒ Eine eigene konkrete Zielsetzung (erforderlichenfalls jährlich zu aktualisieren) zur Verbesserung des Abdeckungsgrades der Kooperationen der Lebensmittelgeschäftsstandorte für das Folgejahr wurde erstellt und dem Thünen-Institut vorgelegt.

Weitere Erläuterungen oder wichtige Hinweise zur Kenntnis (z. B. Hindernisse bei Flughafen-Filialen): Aufgrund unserer genossenschaftlichen, dezentralen Struktur können wir hierzu keine pauschale Aussage tätigen. EDEKA ist ein genossenschaftlicher Verbund, der von rund 3.200 selbstständigen Kaufleuten und sieben regionalen Großhandlungen getragen wird. Die selbstständigen Kaufleute entscheiden eigenständig über ihre Märkte sowie ihr regionales und lokales Engagement.

4.3. (Beachtung der) Obhutspflicht des Kreislaufwirtschaftsgesetz i.V.m der Abfallhierarchie für Lebensmittel

- ☒ Entsprechend der Obhutspflicht des § 23 Abs. 1 S.3 i.V.m. der Abfallhierarchie des § 6 Kreislaufwirtschaftsgesetz erhält unser Unternehmen die Gebrauchstauglichkeit der Lebensmittel so weit wie möglich, so dass diese nicht zu Abfall werden (u. a. Vermeidung von Abfällen vor Verwertung)³. Die Umsetzung dieser gesetzlichen Verpflichtung ist in unserem Unternehmen verankert in s. Nachweise_Pakt_EDEKA.pdf (vertraulich an das Thünen-Institut übermittelt).
- ☒ Unbeschadet der Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit werden unverkaufte Lebensmittel nicht durch aktives Handeln gezielt unbrauchbar gemacht. Dieser Grundsatz ist in unserem Unternehmen verankert in s. Nachweise_Pakt_EDEKA.pdf (vertraulich an das Thünen-Institut übermittelt)
- ☒ Lebensmittel, die nicht mehr für den menschlichen Verzehr bestimmt oder geeignet sind, werden einer möglichst hochwertigen Verwendung/Verwertung/Aufbereitung, z. B. als Tierfutter, zugeführt.

4.4. (Ermöglichung der) Verwendung innerhalb der Lebensmittelkette anfallender Überschüsse

- ☒ Unser Unternehmen untersagt weder den Verkauf, Absatz, Weitergabe oder sonstige Verwendung von unverpackten Mehrmengen durch zuliefernde Betriebe, noch die unentgeltliche Weitergabe retournierter, verzehrfähiger Ware durch zuliefernde Betriebe an zu sozialen bzw. gemeinnützigen Zwecken tätige Einrichtungen oder Organisationen, sofern die Retoure nicht aus Gründen der Lebensmittelsicherheit erfolgt ist. Außer im konkreten Fall lebensmittelrechtlicher Bedenken verlangen wir von unseren zuliefernden Betrieben nicht die Vernichtung retournierter Ware (auch nicht die Vernichtung von Eigenmarken).

4.5. Personalschulungen

- ☒ Unsere für den Warenumgang relevanten Mitarbeitenden werden zur Verbesserung des Qualitätsmanagements, der Optimierung der Haltbarkeit und des Abverkaufs von Produkten geschult, mit dem Ziel, die größtmögliche Menge an verzehrfähigen Lebensmitteln durch rechtzeitigen Verkauf oder wenn nötig Weitergabe dem menschlichen Verzehr zuzuführen.

Aus folgenden Unterlagen ergeben sich die Schulungen mit dem o.g. Inhalt:
Wir bieten unseren Mitarbeiter:innen über unsere digitale Lernplattform EDEKA Next diverse digitale Schulungen zur Verbesserung des Qualitätsmanagements, der Optimierung der Haltbarkeit und des rechtzeitigen Abverkaufs von Produkten an. Als Beispiele lassen sich hier die Schulungen „Obst und Gemüse – Ware richtig lagern und pflegen“, „Verlustreduzierung bei Obst und Gemüse“, „Verlustreduzierung an der Fisch- und Käsetheke“ oder „Verlustreduzierung an der Fleisch- und Wursttheke“ nennen.

Diese sind (bitte ankreuzen):

- ☒ vertraulich und dem Thünen-Institut vorgelegt worden.

³ vgl. dazu auch Handreichung/"practical application" zur Abfallrahmenrichtlinie unter https://ec.europa.eu/food/safety/food-waste/eu-actions-against-food-waste/food-waste-measurement_en].

5. Wahlpflichtmaßnahmen im Detail

5.1. Wahlpflichtmaßnahme 1

Pro Kalenderjahr müssen **8 Wahlpflichtmaßnahmen** durchgeführt werden. Darunter ist mindestens eine Maßnahme aus jeder der vier Kategorien (A, B, C, D) umzusetzen. Des Weiteren können auch individuelle Maßnahmen umgesetzt werden.

Wahlpflichtmaßnahme A.1.4. Gestaltung des Sortiments saisonal, um Absatz bei produzierenden Betrieben zu unterstützen (Obst und Gemüse)

Umsetzung:

Umsetzungsdauer:

- ☒ Kontinuierliche Umsetzung
- ☐ Temporäre Umsetzung: von - bis -

Geltungsbereich:

- ☒ alle Lebensmittelgeschäftsstandorte
- ☐ einige Lebensmittelgeschäftsstandorte und zwar: -

Umfang:

- ☐ betrifft alle Warengruppen
- ☒ betrifft folgende Warengruppe: Obst & Gemüse
- ☐ betrifft alle zuliefernden Betriebe
- ☒ betrifft folgende zuliefernden Betriebe: Obst & Gemüse Lieferanten
- ☐ betrifft alle Prozesse
- ☒ betrifft folgende Prozesse: Einkauf und Verkauf von Obst & Gemüse
- ☐ betrifft: -

Ergebnisse und Entwicklungen:

EDEKA steht als einer der führenden Lebensmitteleinzelhändler für Frische und saisonale Vielfalt. Während der heimischen Saison beziehen wir unser Obst und Gemüse vorwiegend aus Deutschland, da das Thema Regionalität bei uns einen sehr hohen Stellenwert hat. Auch die Verbraucher:innen wurden in 2025 mit der Regionalitätskampagne für das Thema sensibilisiert. Mehr dazu unter: [Frisches Obst und Gemüse aus deiner Region | EDEKA Spot 2025](#)

Die regionale Ausrichtung ist schon in unserer Struktur verankert: Der EDEKA-Verbund ist genossenschaftlich organisiert und wird von rund 3.200 mittelständischen Kaufleuten getragen, die fest in ihrer Region verwurzelt sind. Sie entscheiden eigenständig über die Sortimentsgestaltung ihrer Märkte und bieten zahlreiche Produkte von Lieferanten aus der Umgebung an. Unterstützt werden sie von den EDEKA-Großhandelsgesellschaften, die jeweils regionale Markenprogramme für u.a. frisches Obst und Gemüse führen. Als Beispiel hierfür konnte EDEKA Heimatliebe angeführt werden.

Im Jahr 2025 gab es 402 EDEKA Heimatliebe-Artikel im Sortiment bei EDEKA.

Im April 2026 wurde die neue Eigenmarke „EDEKA Regional“ eingeführt. „EDEKA Regional“ ersetzt die Marke „EDEKA Heimatliebe“ sowie weitere bisher regional genutzte Marken.

Mehr dazu siehe EDEKA Heimatliebe: [EDEKA Heimatliebe: Saisonales Obst und Gemüse aus der Region](#) und [EDEKA Regional](#).

5.2. Wahlpflichtmaßnahme 2

Pro Kalenderjahr müssen **8 Wahlpflichtmaßnahmen** durchgeführt werden. Darunter ist mindestens eine Maßnahme aus jeder der vier Kategorien (A, B, C, D) umzusetzen. Des weiteren können auch individuelle Maßnahmen umgesetzt werden.

Wahlpflichtmaßnahme A.1.5. Projekt inkl. Maßnahmenbewertung mit produzierenden/zuliefernden Betrieben zu Warenpräsentation und -vermarktung (Obst und Gemüse)

Umsetzung:

Umsetzungsdauer:

- ☒ Kontinuierliche Umsetzung: seit 2012
- ☐ Temporäre Umsetzung: von - bis -

Geltungsbereich:

- ☒ alle Lebensmittelgeschäftsstandorte
- ☐ einige Lebensmittelgeschäftsstandorte und zwar: -

Umfang:

- ☐ betrifft alle Warengruppen
- ☒ betrifft folgende Warengruppe: Grundnahrung, Saft, Obst & Gemüse, Fleisch & Wurst sowie Konserven
- ☐ betrifft alle zuliefernden Betriebe
- ☒ betrifft folgende zuliefernden Betriebe: Projektfarmen und -lieferanten
- ☐ betrifft alle Prozesse
- ☒ betrifft folgende Prozesse: Anbau von Bananen und Zitrusfrüchten auf den Projektfarmen sowie Erzeugung von Lebensmitteln auf Programmflächen von „Landwirtschaft für Artenvielfalt“
- ☐ betrifft: -

Ergebnisse und Entwicklungen:

Die Erzeugung von Lebensmitteln hat weltweit konkrete Auswirkungen auf das Klima, die Artenvielfalt und die natürlichen Ressourcen wie etwa Süßwasser in den betreffenden Ländern. Deshalb engagiert sich der EDEKA-Verbund gemeinsam mit seinen landwirtschaftlichen Partner:innen vor Ort in groß angelegten Feldprojekten, bei denen deutlich wird, dass die unterschiedlichen Facetten nachhaltigen Handelns oft wie Zahnräder ineinander greifen. Gemeinsam mit dem WWF und den landwirtschaftlichen Erzeuger:innen vor Ort bemüht sich der EDEKA-Verbund, Lösungen zu entwickeln, um den Anbau besonders kritischer Produktgruppen zukunftsfähig zu gestalten. Dazu zählen im Obstbereich zwei besonders häufig nachgefragte Südfrüchte: Bananen und Orangen. Daher haben wir die beiden Früchte für unsere Feldprojekte ausgewählt: Hier wollen wir zeigen, wie man im konventionellen Anbau systematisch Verbesserungen hin zu naturnäherem Anbau und zum Schutz vorhandener Ökosysteme erzielen kann. Das seit 2014 laufende Bananenprojekt von

EDEKA und WWF gilt als Vorbildprojekt für den konventionellen Anbau. Durch einen ganzheitlichen Ansatz wird der Anbau mithilfe verschiedener Maßnahmen umweltschonender und sozialer gestaltet, unter anderem durch:

- **Ökosysteme und Artenvielfalt:** Einrichtung von Schutzzonen zwischen der Anbaufläche und angrenzenden Ökosystemen. Diese Schutzzonen bieten u.a. Rückzugsräume für heimische Tierarten wie Faultiere oder Jaguare.
- **Wassermanagement:** Optimierung des Süßwasserverbrauchs in der Bewässerung und in der weiteren Verarbeitung der Früchte (z.B. beim Waschen der Bananen).
- **Integrierter Pflanzenschutz und Bodenmanagement:** Kein Einsatz von Pflanzenschutzmitteln, die von der WHO in die Gefahrenklasse 1 (WHO 1a + 1b) eingestuft sind.
- **Klimaschutz:** Sammlung und Verarbeitung von Informationen über Treibhausgasemissionsquellen auf halbjährlicher Basis unter Verwendung des programmeigenen Treibhausgas-Quantifizierungstools über mehrere Etappen.
- **Abfallmanagement:** Förderung von Abfallrecyclingaktivitäten von im Anbau anfallendem Material (wie Hüllen oder Beuteln, „Krawatten“, Bändern, Schnüren oder Seile).
- **Soziales:** Schutz der Arbeiter:innen, bspw. durch Aufnahme in das lokale Sozialversicherungssystem, Schulungen der Arbeiter:innen zu den sechs Themenfeldern des Programms und Ausstattung mit persönlichen Schutzausrüstungen. Bereitstellung von Trinkwasser für die Arbeiter:innen auf den Programmfarmen.

Das Projekt wurde in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgeweitet. Alle teilnehmenden Farmen mussten bereits zum Start Rainforest-Alliance-zertifiziert sein und weitere Auflagen erfüllen. Im Rahmen des Projektes werden Umwelt und Sozialverträglichkeit in rund 80 Kriterien kontinuierlich verbessert. Dazu zählen Maßnahmen in den Bereichen Ökosysteme und Artenvielfalt, Wassermanagement, integrierter Pflanzenschutz und Bodenmanagement, Klimaschutz, Abfallmanagement und Soziales.

Im Jahr 2025 betrug die Projektfläche des Bananenprojekts 5.181,57 Hektar.

Mehr dazu hier: [EDEKA und Bananen](#) und [Bananenanbau – Ein Gemeinschaftsprogramm von EDEKA und WWF](#)

Das von EDEKA und dem WWF in Spanien durchgeführte Zitrusprojekt setzt seit 2015 ebenfalls neue Maßstäbe. Es zeigt, dass im konventionellen Anbau noch viel Spielraum für nachhaltigere Produktionsmethoden besteht. Die Projektbetriebe bauen Orangen, Clementinen und Mandarinen an. Im Fokus stehen dabei vier zentrale Handlungsfelder, die unter anderem durch folgende Maßnahmen umgesetzt werden:

- **Reduzierter und gezielter Pflanzenschutzinsatz:**
 - Regelmäßiges Monitoring von Schädlingen und Nützlingen zur bedarfsgerechten Anwendung von Pflanzenschutzmitteln
 - Einsatz von Pflanzenschutzmitteln nur bei Überschreiten definierter Schadschwellen
 - Ausschluss besonders kritischer Wirkstoffe (z. B. Glyphosat)
- **Förderung der biologischen Vielfalt:**
 - Einrichtung ökologischer Ausgleichsflächen mit reduzierter oder ohne landwirtschaftliche Nutzung

- Installation von Strukturelementen wie Hecken, Biodiversitätsinseln, Nistkästen und Sitzstangen für Greifvögel
- **Ressourcenschonendere Wassernutzung:**
 - Verpflichtung zur Einhaltung gesetzlicher Wasserrechte sowie zusätzliche Einsparziele
 - Einsatz von Bodenfeuchtigkeitssonden zur präzisen Bewässerungssteuerung
- **Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit und Düngung:**
 - Verpflichtende Boden-, Wasser- und Pflanzenanalysen zur bedarfsgerechten Düngung
 - Erhöhter Einsatz organischer Dünger sowie Nutzung von Kompost, Mulch und Ernteresten
 - Maßnahmen zur Erhöhung des Humusgehalts und zur Vermeidung von Nährstoffauswaschung

Die gesamte Anbaufläche des Zitrusprojektes betrug 2025 1.394,62 Hektar.

Mehr dazu hier: [EDEKA und Zitrusfrüchte](#) und [Das EDEKA und WWF Zitrus-Projekt in Spanien](#)
[EDEKA](#)

Beim Programm Landwirtschaft für Artenvielfalt (LfA) ist seit 2012 das Ziel, die Vielfalt der wildlebenden Tier- und Pflanzenarten in landwirtschaftlich geprägten Lebensräumen in Deutschland zu erhöhen. In Zusammenarbeit zwischen WWF und dem EDEKA-Verbund, Mitinitiator Biopark sowie weiteren Partnern gelang es, ein neues Naturschutzmodul für spezielle Leistungen zur Förderung der Artenvielfalt zu entwickeln. Bei LfA arbeiten wir mit zertifizierten, biologisch erzeugenden Betrieben aus verschiedenen Anbauverbänden zusammen. Diese Betriebe setzen zusätzlich zu ihrer ökologischen Erzeugungsweise vielfältige Naturschutz Einzelmaßnahmen bei sich auf dem Betrieb um. Solche Naturschutz Einzelmaßnahmen umfassen beispielsweise:

- Ruhephasen auf den Feldern während der Brutzeit
- Mehrjährige Blühflächen
- Errichtung von Nist- und Quartierhilfen zur Schaffung von Lebensräumen für Kleinvögel, Insekten und Reptilien
- Schutzzonen für Pflanzen und Gewässer
- Aussetzen der Mahd auf bestimmten Teilbetriebsflächen

Anhand regelmäßiger wissenschaftlicher Monitorings bestimmter Zielarten wird der Erfolg der Maßnahmen beispielhaft überprüft. Das Projektmanagement des Programms liegt beim WWF Deutschland. EDEKA finanziert das LfA-Programm, unterstützt in der Organisation, vermarktet die Erzeugnisse der teilnehmenden Betriebe als EDEKA Eigenmarken und honoriert die Zusatzleistungen für den Naturschutz. Ein Schwerpunkt liegt in der Acker- und Grünlandbewirtschaftung und

Tierhaltung mit Mutterkuh- und Schweinehaltung. Eine Subinitiative konzentriert sich auf den Obst-Anbau. Auch Gemüse-anbauende Betriebe nehmen seit 2023 an LfA teil.

Im Jahr 2025 beträgt die Projektfläche von Landwirtschaft für Artenvielfalt 55.359,50 Hektar.

Mehr dazu unter: [Landwirtschaft für Artenvielfalt](#)

5.3. Wahlpflichtmaßnahme 3

Pro Kalenderjahr müssen **8 Wahlpflichtmaßnahmen** durchgeführt werden. Darunter ist mindestens eine Maßnahme aus jeder der vier Kategorien (A, B, C, D) umzusetzen. Des weiteren können auch individuelle Maßnahmen umgesetzt werden.

Wahlpflichtmaßnahme A.2.6. Optimierung der Logistik- und Kühlkette

Umsetzung:

Umsetzungsdauer:

- ☒ Kontinuierliche Umsetzung:
- ☐ Temporäre Umsetzung:

Geltungsbereich:

- ☐ alle Lebensmittelgeschäftsstandorte
- ☒ einige Lebensmittelgeschäftsstandorte und zwar: im Liefergebiet der betroffenen zuliefernden Betriebe

Umfang:

- ☒ betrifft alle Warengruppen
- ☐ betrifft folgende Warengruppe: -
- ☐ betrifft alle zuliefernden Betriebe
- ☒ betrifft folgende zuliefernden Betriebe: EDEKA Frische-Manufaktur in Hirschaid und Zentrallager Marktrechwitz
- ☐ betrifft alle Prozesse
- ☒ betrifft folgende Prozesse: Logistik, Produktions- und Lagerstandorte
- ☐ betrifft: -

Ergebnisse und Entwicklungen:

Gerade einmal zweieinhalb Jahre nach dem ersten Spatenstich nimmt die EDEKA Frische-Manufaktur in Hirschaid im März 2025 im Beisein zahlreicher Gäste aus Politik, Gemeinde und der EDEKA-Gruppe offiziell ihren Betrieb auf. Damit beginnt für EDEKA an dem Standort Hirschaid ein neues Kapitel: Bis zum Vollbetrieb im Herbst 2025 werden unter dem Einsatz modernster und umweltfreundlicher Technologien feinste Fleisch- und Wurstspezialitäten nach regionalen Rezepturen, Käse sowie weitere Frischeprodukte hergestellt und verpackt. Von hier aus werden jeden Tag mehr als 800 Einzelhandelsmärkte mit allen Produkten beliefert, die in EDEKAs Frischetheken zu finden sind.

Mit einer unglaublichen Geschwindigkeit schreitet außerdem das aktuell größte Bauvorhaben innerhalb der EDEKA-Unternehmensgruppe mit einem Investitionsvolumen von rund 360 Mio. Euro voran. Das neue EDEKA-Zentrallager umfasst eine Lagerkapazität von 100.000 m² – bisher stehen im Bestandslager Marktrechwitz 35.000 m² zur Verfügung. Statt 18.000 Artikel wie derzeit werden in Zukunft am neuen Standort MAK 2.0 28.000 Artikel an mehr als 800 Märkte in Nordbayern, Sachsen und Thüringen ausgeliefert. Das Logistikzentrum wird im zweiten Quartal 2026 den Vollbetrieb aufnehmen, dann werden täglich bis zu 400 Lastwagen das Logistikzentrum ansteuern und verlassen.

Mehr dazu unter: [Unsere Großprojekte & Infrastruktur](#)

5.4. Wahlpflichtmaßnahme 4

Pro Kalenderjahr müssen **8 Wahlpflichtmaßnahmen** durchgeführt werden. Darunter ist mindestens eine Maßnahme aus jeder der vier Kategorien (A, B, C, D) umzusetzen. Des weiteren können auch individuelle Maßnahmen umgesetzt werden.

Wahlpflichtmaßnahme A.3.1. Förderung der Entwicklung und Einsatz von Verpackungsinnovationen

Umsetzung:

Umsetzungsdauer:

- ☒ Kontinuierliche Umsetzung: seit 2019
- ☐ Temporäre Umsetzung: von - bis -

Geltungsbereich:

- ☒ alle Lebensmittelgeschäftsstandorte
- ☐ einige Lebensmittelgeschäftsstandorte und zwar: -

Umfang:

- ☐ betrifft alle Warengruppen
- ☒ betrifft folgende Warengruppe: Obst & Gemüse
- ☐ betrifft alle zuliefernden Betriebe
- ☒ betrifft folgende zuliefernden Betriebe: Avocado- und Zitrusfrüchtelieferanten
- ☐ betrifft alle Prozesse
- ☒ betrifft folgende Prozesse: Versehen der Produkte mit einer zusätzlichen, natürlichen Schutzschicht
- ☐ betrifft: -

Ergebnisse und Entwicklungen:

Mit unserem Partner Apeel Science wirken wir dem Verderb von frischen Obst- und Gemüseprodukten entgegen: Der Reifeprozess kann durch einen Schutzmantel, der wie eine „zweite Haut“ fungiert, verlangsamt werden. Durch weniger Wasserverlust und Oxidation werden die Produkte länger haltbar gemacht, ohne dabei Einfluss auf den Geruch oder Geschmack zu nehmen. Den Verbraucher:innen wird so die Möglichkeit eingeräumt, Obst und Gemüse länger nutzen zu können, ohne dass Nährwerte verloren gehen. So setzt unsere Partnerschaft auf eine innovative Methode, um effektiv gegen Lebensmittelverschwendung vorzugehen, und schenkt Avocados und Zitrusfrüchten somit eine längere Lebensdauer.

Im Jahr 2025 wurde bei mehreren Artikeln der fünf Warengruppen Avocados, Orangen, Mandarinen, Zitronen und Grapefruits die Schutzhülle Apeel angewendet.

Weitere Informationen unter: [Apeel – Schutzschicht für Obst und Gemüse](#)

5.5. Wahlpflichtmaßnahme 5

Pro Kalenderjahr müssen **8 Wahlpflichtmaßnahmen** durchgeführt werden. Darunter ist mindestens eine Maßnahme aus jeder der vier Kategorien (A, B, C, D) umzusetzen. Des weiteren können auch individuelle Maßnahmen umgesetzt werden.

Wahlpflichtmaßnahme B.5. Verkauf von Obst und Gemüse nach Gewicht statt Stückpreis und Angebot von losen Produkten

Umsetzung:

Umsetzungsdauer:

- ☒ Kontinuierliche Umsetzung
- ☐ Temporäre Umsetzung: von - bis -

Geltungsbereich:

- ☒ alle Lebensmittelgeschäftsstandorte
- ☐ einige Lebensmittelgeschäftsstandorte und zwar: -

Umfang:

- ☐ betrifft alle Warengruppen
- ☒ betrifft folgende Warengruppe: Obst & Gemüse
- ☐ betrifft alle zuliefernden Betriebe
- ☒ betrifft folgende zuliefernden Betriebe: Obst- und Gemüselieferanten
- ☐ betrifft alle Prozesse
- ☒ betrifft folgende Prozesse: Verkauf von Obst & Gemüse
- ☐ betrifft: -

Ergebnisse und Entwicklungen:

EDEKA bietet als Vollsortimenter den Kund:innen stets ein großes Produktsortiment. Das spiegelt sich auch in der Obst- und Gemüseabteilung unserer EDEKA-Märkte wider. Dort können die Kund:innen aus einem breiten Angebot wählen, das verschiedene Produktkategorien und Qualitätsstandards umfasst. Dabei stellen wir insbesondere an die Artikel unserer Eigenmarken hohe Qualitätsanforderungen. Nahezu alle Obst- und Gemüse-Produkte bieten wir zudem auch lose an. Ob klein, groß, unverpackt oder konventionell, mit Blattgrün oder ohne: Bei der Sortimentsgestaltung orientieren wir uns stets an den Wünschen unserer Kundschaft und bieten ihnen eine umfangreiche und frische Auswahl.

Im Jahr 2025 wurden 29,2 % des Obst und Gemüses im Eigenmarkensortiment Obst und Gemüse lose verkauft.

5.6. Wahlpflichtmaßnahme 6

Pro Kalenderjahr müssen **8 Wahlpflichtmaßnahmen** durchgeführt werden. Darunter ist mindestens eine Maßnahme aus jeder der vier Kategorien (A, B, C, D) umzusetzen. Des weiteren können auch individuelle Maßnahmen umgesetzt werden.

Wahlpflichtmaßnahme C.1. Initiativen/Kommunikationsmaßnahmen im Markt, Regal etc. (Unterstützung Endverbraucher*innen)

Umsetzung:

Umsetzungsdauer:

- ☐ Kontinuierliche Umsetzung
- ☒ Temporäre Umsetzung: von 29.09.2025 bis 06.10.2025

Geltungsbereich:

- ☒ alle Lebensmittelgeschäftsstandorte
- ☐ einige Lebensmittelgeschäftsstandorte und zwar: -

Umfang:

- ☒ betrifft alle Warengruppen
- ☐ betrifft folgende Warengruppe: -
- ☐ betrifft alle zuliefernden Betriebe
- ☐ betrifft folgende zuliefernden Betriebe: -
- ☐ betrifft alle Prozesse
- ☒ betrifft folgende Prozesse: Einkauf der Kund:innen im Markt
- ☐ betrifft: -

Ergebnisse und Entwicklungen:

Insbesondere während der Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel“ der Initiative „Zu gut für die Tonne!“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft haben wir unsere Kund:innen bspw. per Instore-Plakaten, Instore-TV oder Handzetteln in den Märkten für das Einkaufen und Kochen von richtigen Portionsgrößen sensibilisiert. Unsere Bedientheken ermöglichen den bedarfsgerechten Einkauf, gerade für Singles, Senioren oder Kleinfamilien. Unsere geschulten Ernährungsberater:innen in den Märkten helfen zudem bei Fragen zu Menge, Haltbarkeit, Verarbeitung und Lagerung. So wird schon beim Einkauf einer späteren Lebensmittelverschwendung effektiv vorgebeugt.

Im Jahr 2025 wurden den Regionen und Märkten zehn verschiedene POS-Materialien zur Verfügung gestellt. Darunter fielen unter anderem Handzettel-Vorlagen, POS-Plakate und TV Instore-Vorlagen sowie Flyer, Sticker und Wobbler mit Hinweisen zum Thema Lebensmittelwertschätzung, die die Einzelhändler:innen in ihren Märkten nutzen konnten.

5.7. Wahlpflichtmaßnahme 7

Pro Kalenderjahr müssen **8 Wahlpflichtmaßnahmen** durchgeführt werden. Darunter ist mindestens eine Maßnahme aus jeder der vier Kategorien (A, B, C, D) umzusetzen. Des weiteren können auch individuelle Maßnahmen umgesetzt werden.

Wahlpflichtmaßnahme C.3. Initiativen/Kommunikations-/Sensibilisierungsmaßnahmen (Unterstützung Endverbraucher*innen vor und nach dem Einkauf)

Umsetzung:

Umsetzungsdauer:

- ☒ Kontinuierliche Umsetzung
- ☐ Temporäre Umsetzung: von - bis -

Geltungsbereich:

- ☐ alle Lebensmittelgeschäftsstandorte
- ☐ einige Lebensmittelgeschäftsstandorte und zwar: -

Umfang:

- ☐ betrifft alle Warengruppen
- ☐ betrifft folgende Warengruppe: -
- ☐ betrifft alle zuliefernden Betriebe
- ☐ betrifft folgende zuliefernden Betriebe: -
- ☐ betrifft alle Prozesse
- ☐ betrifft folgende Prozesse: -
- ☒ betrifft: Kund:innensensibilisierung vor oder nach dem Einkauf

Ergebnisse und Entwicklungen:

EDEKA sensibilisiert Kundinnen und Kunden über verschiedene Kommunikationskanäle wie unsere Kund:innenzeitschriften, Social-Media-Kanäle, Newsletter oder die Website über mögliche Maßnahmen, um Lebensmittelverluste vorzubeugen und zu reduzieren.

Mehr dazu unter Food Waste: [Food Waste: Tipps gegen Nahrungsverschwendung](#)

Auch in unserem YouTube-Format „What the Fact“ wird erläutert, wie Food Waste vermieden werden kann.

Mehr dazu unter: <https://www.edeka.de/nachhaltigkeit/what-the-fact/index.jsp>

Die Initiative der EDEKA Stiftung setzt sich ebenfalls für Lebensmittelwertschätzung ein. Sie startete zunächst als Projekt in Kindergärten und Kitas sozial benachteiligter Stadtteile - heute ist sie in allen Regionen Deutschlands fest verwurzelt. Das aktive Erleben von Natur und der Umgang mit Erde, Wasser, Saatgut und Pflanzen ermöglicht den Kleinen eine intensive Erfahrung. Sie lernen, woher das Gemüse stammt und wie viel Fürsorge die Pflanzen benötigen, bis sie als Lebensmittel zubereitet werden können. So führt das Projekt spielerisch an die Themen Ernährung und Lebensmittel heran. Die Kinder übernehmen darüber hinaus unmittelbar Verantwortung für ihre Beete und werden zudem ermutigt, gemeinsam neue, selbst geerntete Gemüsesorten zu

probieren – ein ganzheitliches Erlebnis. Das Projekt „Gemüsebeete für Kids“ ist seit 18 Jahren fester Bestandteil der Initiative „Aus Liebe zum Nachwuchs“ der EDEKA Stiftung. Ein geschultes Team im Auftrag der EDEKA Stiftung begleitet die Bepflanzung der Beete. Dazu erhalten die Vorschulkinder Setzlinge, Pflanzensamen, Schürzen und Gießkannen sowie Lernmaterialien. Mit dem Projekt setzt sich die EDEKA Stiftung seit 2008 für Ernährungsbildung und mehr Lebensmittelwertschätzung bei Kindern ein.

Mehr dazu unter: [Gemüsebeete für Kids – Ernährungsbildung der EDEKA Stiftung](#)

Als führender Lebensmittelhändler Deutschlands ist EDEKA Experte für nachhaltige und effiziente Einkaufsplanung und gibt seine Erfahrung mit praktischen Tipps und Anregungen im Rahmen der Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel“ der Initiative „Zu gut für die Tonne!“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft an seine Kund:innen weiter.

Im Jahr 2025 konnten mit der Kommunikation zur Aktionswoche unter anderem auf der Plattform LinkedIn Menschen erreicht werden. Auf einen Post am 29.09.2025 gab es 105 Reaktionen und 10.758 Impressions, die angeben, wie häufig ein Beitrag auf LinkedIn auf dem Bildschirm anderer Nutzer:innen angezeigt wurde.

5.8. Wahlpflichtmaßnahme 8

Pro Kalenderjahr müssen **8 Wahlpflichtmaßnahmen** durchgeführt werden. Darunter ist mindestens eine Maßnahme aus jeder der vier Kategorien (A, B, C, D) umzusetzen. Des weiteren können auch individuelle Maßnahmen umgesetzt werden.

Wahlpflichtmaßnahme D.2. Verbesserung der Informationen über Art und Menge der weitergegebenen Produkte

Umsetzung:

Umsetzungsdauer:

- ☒ Kontinuierliche Umsetzung: seit 2019
- ☐ Temporäre Umsetzung: von - bis -

Geltungsbereich:

- ☐ alle Lebensmittelgeschäftsstandorte
- ☐ einige Lebensmittelgeschäftsstandorte und zwar: -

Umfang:

- ☐ betrifft alle Warengruppen
- ☐ betrifft folgende Warengruppe: -
- ☐ betrifft alle zuliefernden Betriebe
- ☐ betrifft folgende zuliefernden Betriebe: -
- ☐ betrifft alle Prozesse
- ☒ betrifft folgende Prozesse: Lebensmittelabgabe
- ☐ betrifft: -

Ergebnisse und Entwicklungen:

EDEKA hat die Pilotphase des Projektes „Tafel macht Zukunft“ mit begleitet. Es werden sukzessive weitere Märkte aufgeschaltet. Die eco-Plattform entstand während dieser Pilotierungsphase und wurde mit dem Ziel entwickelt, Alltagsprozesse der Lebensmittelrettung durch digitale Ansätze zu erleichtern und eine bessere Vernetzung von Tafeln und lebensmittelspendenden Unternehmen zu ermöglichen. Gegen Ende 2025 waren deutschlandweit ca. 1.000 EDEKA-Märkte auf der eco-Plattform angelegt.

6. Anlagen

- Nachweise_Pakt_EDEKA.pdf

7. Weiterführende Informationen

- [Engagiert für mehr Lebensmittelwertschätzung - EDEKA-Verbund](#)
- https://verbund.edeka/verbunds-website/edeka-verbund-wwf_fortschrittsbericht2023-2024.pdf

8. Kontaktinformationen

Ansprechpartnerin / Ansprechpartner

Bitte wenden Sie sich an das Team unserer Unternehmenskommunikation (siehe Impressum).

Impressum

Herausgegeben am 01.07.2026 von
EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG
New-York-Ring 6, 22297 Hamburg

Telefon: 040 6377 2182
E-Mail: presse@edeka.de
Internet: [Der EDEKA-Verbund - das Unternehmer-Unternehmen.](#)

