



Ein wichtiger Schritt für mehr Tierwohl

EDEKA-Verbund bezieht erstmals mehr als 1,5 Milliarden Liter Milch aus Haltungsform 3 oder höher

- **EDEKA-Verbund baut Tierwohl im Sortiment kontinuierlich weiter aus**
- **Etappenziel erreicht: 100 Prozent der Trinkmilch und 50 Prozent der relevanten Käseprodukte der Eigenmarken bereits auf höhere Haltungsformen umgestellt**
- **EDEKA vermarktet mengenmäßig mehr Fleischprodukte aus höheren Haltungsformen als der Wettbewerb**

Hamburg, 18. Juli 2025: Das Thema Tierwohl ist ein wichtiger Bestandteil der ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung des EDEKA-Verbunds inklusive Netto Marken-Discount. Dazu gehört, die Haltungsbedingungen von Nutztieren gemeinsam mit der Landwirtschaft sukzessive zu verbessern. Der Verbund hat erneut einen wichtigen Meilenstein erreicht und die Menge an Milch aus Haltungsform 3 oder höher innerhalb eines Jahres von 1 auf 1,5 Milliarden Liter gesteigert. Für die Kund:innen bedeutet dies, dass sie nun bei den Eigenmarken aus einem noch größeren Angebot an Artikeln mit der entsprechenden Tierwohl-Kennzeichnung wählen können.

Bis Ende 2024 setzte der EDEKA-Verbund erfolgreich sein Ziel um, 100 Prozent der Eigenmarken-Trinkmilch aus Haltungsform 3, 4 und 5 (Bio) zu beziehen. Nun wurde ein weiteres Etappenziel in Sachen Tierwohl-Engagement erreicht: Der EDEKA-Verbund hat erstmals 1,5 Milliarden Liter Milch aus der Haltungsform 3 oder höher von seinen Lieferanten bezogen. Dieses Milchvolumen deckt einen großen Teil des Eigenmarkenbedarfs von EDEKA, sowohl für die Herstellung von Käse als auch für Trinkmilch. Zudem konnten bisher 50 Prozent des Scheiben-, Reibe- und Stücker Käses der Eigenmarken bei EDEKA und Netto Marken-Discount auf Milch aus höheren Haltungsformen umgestellt werden.

Erfolge, an die der Verbund auch in weiteren Kategorien anknüpft: Bereits Anfang 2026 soll das gesamte Naturquark-Sortiment auf Haltungsstufe 3 oder höher umgestellt sein. Darüber hinaus werden auch weitere Käsesegmente wie Mozzarella

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
[verbund.edeka.de](https://www.verbund.edeka.de)





und Mascarpone sowie andere Molkereiprodukte wie Joghurt und Sahne schrittweise auf höhere Haltungsformen umgestellt. Um diesen Wandel aktiv voranzutreiben, investiert EDEKA in höhere Haltungsstufen und zahlt den Partnerbetrieben einen Zuschlag für die Mehrkosten.

Mittlerweile stammt die Trinkmilch der Eigenmarken (Frisch- und H-Milch) 100 Prozent aus Haltungsform 3 und höher. Kund:innen erkennen dies an der entsprechenden Verpackungskennzeichnung und wissen so auf den ersten Blick, dass die Milchkühe mehr Bewegungsfläche oder zusätzliche Auslaufmöglichkeiten haben. In den höheren Haltungsformen bietet EDEKA dabei regional und national eine große Vielfalt im Trinkmilchsortiment der Eigenmarken an – etwa Weidemilch, Milch des Deutschen Tierschutzbundes oder Verbandsware (Bioland, Naturland).

Im Bereich Fleisch und Wurst macht der EDEKA-Verbund ebenfalls kontinuierlich Fortschritte bei der Umsetzung seiner Tierwohl-Strategie. Mehr als die Hälfte aller in Deutschland gehaltenen Schweine der Haltungsformen 3 und 4 werden bereits heute über die regionalen Markenprogramme des Verbunds angeboten. Zusammen mit dem umfangreichen Bio-Sortiment ist EDEKA im deutschen Lebensmitteleinzelhandel der größte Vermarkter an Fleisch und Wurstprodukten aus höheren Haltungsformen und bleibt damit einer der wichtigsten Treiber für mehr Tierwohl.

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 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, NATURKIND oder budni, die Kooperation mit dem online-basierten Lieferdienst Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2024 mit rund 10.900 Märkten und rund 413.000 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 75,3 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
www.edeka.de

