



PARTNER ZUM
SCHUTZ
DER UMWELT.



Foto: Aaron Burdette / Unsplash

NETTO & WWF - STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT

FORTSCHRITTSBERICHT 2022

VORWORT

LIEBE LESER:INNEN,

ein Blick auf das Jahr 2022 offenbart uns einmal mehr, wie komplex die verschiedenen Öko-, Wirtschafts- und Gesellschaftssysteme weltweit miteinander verbunden sind. Mehr denn je machen sich regionale Veränderungen auf der ganzen Welt bemerkbar und verschieben zuvor bestehende Realitäten und Prioritäten. Die russische Invasion in der Ukraine und damit einhergehende humanitäre Krise stellen die Welt vor Herausforderungen. Die Verknappung wichtiger Energieträger, Engpässe bei Rohstoffen zur Lebensmittelversorgung und eine seit Jahrzehnten nicht mehr erlebte hohe Inflation belasten uns alle stark – mental, wie ganz konkret bei jedem Einkauf.

Auch unsere natürliche Lebenswelt verändert sich spürbar. Die Folgen von Klimakrise, der fortschreitenden Vernichtung natürlicher Lebensräume und der daraus resultierende Rückgang der Artenvielfalt sind längst bei uns angekommen. Sie stellen nicht nur global, sondern auch für in Deutschland lebende Menschen immer öfter ein Risiko dar, bedrohen Existenzen und erschüttern unsere Landwirtschaftssysteme.

In diesen Zeiten der Veränderungen ist die Wahrnehmung von Verantwortung für Umwelt- und Klimaschutz wichtiger denn je. Die seit 2015 bestehende Partnerschaft zwischen Netto Marken-Discount und dem World Wide Fund for Nature (WWF) will genau das: Verantwortung übernehmen. Die Partnerschaft auf Augenhöhe gibt uns inhaltliche Leitplanken und klare Zielsetzungen. Als Lebensmittelhändler mit 4.280 Filialen weiß Netto, dass die Art unseres Einkaufens dabei eine große Rolle spielt. Netto berücksichtigt die Bedürfnisse und Möglichkeiten seiner Kundinnen und Kunden – und arbeitet daran, dass ein preiswerter Einkauf und eine nachhaltigere Kaufentscheidung sich nicht ausschließen. Nettos eigene Prozesse möchten wir kontinuierlich nachhaltiger gestalten: Dazu gehören ebenso eine Umstellung der Lieferketten, umweltfreundliche Logistik- oder Entsorgungsprozesse, der Anbau und die Beschaffung der Eigenmarkenprodukte, die Weiterentwicklung von Recycling- und nachhaltigeren Verpackungslösungen, als auch der Einsatz von regenerativen Energien und viele weitere kleine und große Verbesserungen.

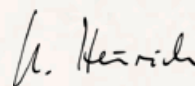
Der aktuelle Fortschrittsbericht 2022 zeigt als Schulterblick unserer gemeinsamen langjährigen Nachhaltigkeits-Reise, in welchen Bereichen wir unsere Ziele erreicht haben, aber auch, wo wir noch weiteres Entwicklungspotenzial sehen. Dabei sind wir stolz, dass dieser Bericht doch nur ein Teilstück unserer Nachhaltigkeitsreise abschließend betrachtet. Wir haben uns im Jahr 2022 für eine weitere Verlängerung der Zusammenarbeit entschieden und uns dabei für die nächsten zehn Jahre neue Ziele gesetzt: So werden wir

unsere Aufgaben künftig über die vier Dachthemen Klimaschutz, Biodiversität, Süßwasser sowie Ressourcen und Material definieren und evaluieren, um unser Wirken noch gezielter auf die anstehenden ökologischen Herausforderungen auszurichten.

In einer Zeit von regelmäßig neuen und unerwarteten Herausforderungen helfen uns Betrachtungen wie der Fortschrittsbericht dabei, die richtigen Schlüsse aus den vorangegangenen Handlungen zu ziehen und aus Erfahrungen zu lernen. So konnten wir erkennen, dass wir besonders in den Bereichen, in denen es innerhalb der Lieferkette in die Tiefe geht – etwa bei der nachhaltigen Fütterung von Nutztieren, z. B. Rind, Schwein und Huhn – noch intensiver nach umsetzbaren Lösungen suchen müssen. Gleichzeitig motivieren uns unsere Erfolge – Netto hat nicht nur in den letzten Jahren 100 Prozent aller Tissue-Produkte mit dem Blauen Engel oder FSC®-Siegel zertifizieren können, sondern zudem die meisten anderen Holz- und Papierprodukte inkl. der Verpackungen, Etiketten, Einlegern und Transportgebinden sowie Getränkekartons oder Holzkohle (100 Prozent der Grillkohle ist mind. FSC®-Mix). Darüber hinaus stärken wir mit dem Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ den Schutz der heimischen Flora und Fauna. Mit dem „Water Risk Tool“ nutzen wir eine innovative Lösung, um nachhaltigeres Wasserressourcenmanagement zu fördern und Süßwasserrisiken zu ermitteln.

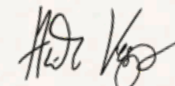
Wir danken allen Wegbegleiterinnen und Wegbegleitern für die erfolgreiche Arbeit der letzten sieben Jahre. Nur gemeinsam werden wir die nächsten Meilensteine auf unserer Nachhaltigkeits-Reise erreichen können.

VIEL SPASS UND AUFSCHLUSSREICHE ERKENNTNISSE BEIM LESEN WÜNSCHEN IHNEN



Christoph Heinrich

Geschäftsführender Vorstand
WWF Deutschland



Heike Vesper

Geschäftsleitung Transformation & Politik
WWF Deutschland



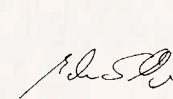
Ingo Elbs



Heiko Kordmann



Claus Leitl



Martin Schnellinger

Geschäftsleitung Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG

INHALT

1



Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit

- 1.1 Sieben Jahre Zusammenarbeit in der Partnerschaft für Nachhaltigkeit
- 1.2 Die Partnerschaft und ihre Verbindung zu den Sustainable Development Goals (SDGs)
- 1.3 Grundlagen der Fortschrittsmessung
- 1.4 Systematik der Bewertung
- 1.5 Die Ergebnisse im Überblick

2



Die Ergebnisse in den Themenfeldern der Partnerschaft

- 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 Verpackung

3



Landwirtschaftliche Projekte

- 3.1 Gemeinsames Projekt für bessere Orangen, Mandarinen und Clementinen
- 3.2 Landwirtschaft für Artenvielfalt
- 3.3 Förderung von Bio-Umstellungsbetrieben

4



Produktbezogene Kommunikation

5



Die Ziele bis 2032

6



Vermerk



ANSPRECH-PARTNER:INNEN

WWF Deutschland

Abteilung Märkte und Unternehmen
Reinhardtstraße 18
10117 Berlin

Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG

Industriepark Ponholz 1
93142 Maxhütte-Haidhof
E-Mail: nachhaltigkeit@netto-online.de

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

AFI	Accountability Framework Initiative	PET	Polyethylenterephthalat
ASC	Aquaculture Stewardship Council	POIG	Palm Oil Innovation Group
AWS	Alliance for Water Stewardship	PVC	Polyvinylchlorid
CSI	Climate Supplier Initiative	PVDC	Polyvinylidenchlorid
EPS	Expandiertes Polystyrene	rPET	Recyceltes Polyethylenterephthalat
EVG	EDEKA Versorgungsgesellschaft mbH	RSPO	Roundtable on Sustainable Palm Oil
FONAP	Forum Nachhaltiges Palmöl	RTRS	Roundtable on Responsible Soy Association
FSC®	Forest Stewardship Council	SBTi	Science Based Targets initiative
GVO	Gentechnisch veränderter Organismus	SDGs	Sustainable Development Goals
IP	RSPO-Lieferkettenmodell Identity Preserved	SG	RSPO-Lieferkettenmodell Segregated
LEH	Lebensmitteleinzelhandel	VLOG	Verband Lebensmittel ohne Gentechnik e. V.
MB	RSPO-Lieferkettenmodell Mass Balance	WRT	Water Risk Tool
MSC	Marine Stewardship Council	ZALF	Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung e. V.



DIE PARTNER- SCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT



1.1 SIEBEN JAHRE ZUSAMMENARBEIT IN DER PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT

Der World Wide Fund for Nature (nachfolgend WWF) und die Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG (nachfolgend Netto) veröffentlichten vor sechs Jahren den ersten Fortschrittsbericht zu ihrer Partnerschaft für Nachhaltigkeit.¹

Ziel war, damals wie heute, den deutschen Lebensmitteleinzelhandel zu transformieren, indem eine der bekanntesten Naturschutzorganisationen der Welt mit einem der größten Lebensmitteldiscounter Deutschlands zusammen daran arbeiten, den ökologischen Fußabdruck von Netto zu verringern.

Die Zusammenarbeit hat in und auf vielen Feldern Früchte getragen. Tausende Eigenmarkenprodukte im Sortiment von Netto wurden in den letzten Jahren in Bezug auf verschiedene Nachhaltigkeitsaspekte überarbeitet: Fisch-, Holz-, Papier-, Tissue- und Palmölbestandteile in diesen Produkten sind fast vollständig nach Umweltstandards zertifiziert und der Rezyklatanteil in ausgewählten PET-Verpackungen wurde deutlich gesteigert. Außerdem konnten die Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) in Scope 1 + 2 gegenüber 2017 um mehr als 24 Prozent gesenkt werden und Kund:innen finden heute eine größere Auswahl an veganen und vegetarischen Fleisch- und Wurstersatzprodukten wie auch biozertifizierten Fleischprodukten. Die Partner haben Grundlagenarbeit geleistet, wie die Schaffung von

Datenbanken für Fisch aus verantwortungsvoller Herkunft und für Süßwasserrisiken im Anbau. Diese Arbeit birgt einen Wissensschatz, der zukünftig die gemeinsame Arbeit im Sinne der Nachhaltigkeit und Wirksamkeit stärkt. Außerdem zeigen zwei Projekte auf Anbauebene, das gemeinsame „Projekt für bessere Orangen und Mandarinen“ und das Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“, wie man sowohl im konventionellen als auch im biologischen Anbau systematisch Verbesserungen hin zu naturnäherem Anbau und zum Schutz vorhandener Ökosysteme erzielen kann.

Als inzwischen eingespieltes Team ist den Partnern auch bewusst, dass es mehr erfordert als nur den Willen beider Häuser. Die verschiedenen Glieder der Wertschöpfungskette – vom Feld über die Verarbeitung bis hin zum Verkauf – müssen ineinandergreifen. Dafür braucht es Transparenz und Informationen darüber, welche Akteure in den verschiedenen Gliedern der Wertschöpfungskette involviert sind. Außerdem muss herausgearbeitet werden, in welchen Bereichen sie etwas bewirken und wo die Potenziale liegen, etwas transformativ verändern zu können.

Um diese Rückverfolgbarkeit und Lieferkettentransparenz zu ermöglichen, sind auch politische Rahmengesetzgebungen auf nationaler und internationaler Ebene von zentraler

Bedeutung, wie die im September 2022 verabschiedete Verordnung über entwaldungsfreie Lieferketten.

Nicht zuletzt helfen auch gezielte finanzielle und organisatorische Anreize und Unterstützung in Form von Beratungen – Instrumente, welche z. B. im Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ bereits seit vielen Jahren in der Partnerschaft genutzt werden.



MEHR ÜBER DIE STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT ZWISCHEN NETTO UND WWF UNTER:

www.netto-online.de/wwf

www.wwf.de/netto

¹ Im Jahr 2015 ist Netto der strategischen Partnerschaft zwischen seinem Mutterunternehmen (EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG, nachfolgend EDEKA) und dem WWF beigetreten und verfolgt die entsprechend vereinbarten Zielsetzungen dieser.



KLIMAWANDEL UND WASSERKNAPPHEIT AUCH BEI UNS SPÜRBAR

Das Jahr 2022 ist europaweit als eines der trockensten in die Geschichte eingegangen. Das Jahr zeigt nur allzu deutlich, wie groß der Handlungsbedarf und wie wichtig ein konzentriertes Handeln ist – in Deutschland, Europa und weltweit. In vielen Regionen Europas und auch in Deutschland brannten die Wälder. Die anhaltende Dürre forderte ihren Tribut und hinterließ ausgetrocknete Seen, Flüsse und Felder – Folgen des Klimawandels und einer intensiven Wassernutzung. Wenn wir weiterhin aus den endlichen natürlichen Ressourcen schöpfen wollen, müssen wir unser Verhalten anpassen.

MIT WIRKSAMKEIT IN DIE NÄCHSTEN ZEHN JAHRE ZUSAMMENARBEIT

Die Entscheidung und Verpflichtung, die Partnerschaft zwischen WWF und Netto um weitere zehn Jahre bis 2032 zu verlängern, trägt diesen dramatischen Entwicklungen Rechnung. Auf den gebildeten Grundlagen, Meilensteinen sowie Erfahrungen aufbauend, werden die Partner in den nächsten Jahren noch passgenauere Maßnahmen entwickeln können. So werden die Partner, ergänzend zu Zertifizierungssystemen und Sortimentsgestaltung, die vorgelagerten Wertschöpfungsstufen intensiver beleuchten und die Transformation in Richtung nachhaltigerer Beschaffung und Gestaltung von Produkten und Lieferketten sowie eine vorwettbewerbliche Zusammenarbeit zur Markttransformation weiter vorantreiben.

² Netto ist der Partnerschaft zwischen EDEKA und WWF im Jahr 2015 beigetreten, das Themenfeld Fische und Meeresfrüchte ist bereits seit 2012 zusammen nachhaltiger gestaltet worden.



Foto: J. Maas / Adobe Stock

Für die Partner WWF und Netto wird in Zukunft die Wirksamkeit der Maßnahmen handlungsleitend sein. Die Partner haben sich dazu in den vier übergeordneten Themenschwerpunkten „Ressourcen- und Materialbewahrung“, „Klimaschutz“, „Süßwasserschutz“ sowie „Erhalt der Biodiversität“ auf gemeinsame, vertraglich verankerte Ziele verständigt. In der Zusammenarbeit wird zukünftig noch stärker darauf geachtet, einen möglichst großen Impact, also Wirkung im Unternehmen, entlang von Lieferketten und beim Einkaufsverhalten, zu erzielen. Dabei setzen die Partner darauf, die Risiken im Sortiment systematisch zu erfassen, zu analysieren und passgenaue Maßnahmen mit Skalierungspotenzial zu entwickeln. Langfristig sollen so nicht nur das

Sortiment, sondern das gesamte Unternehmen und seine Wertschöpfungsketten auf die Herausforderungen der Zukunft ausgerichtet und widerstandsfähiger werden. Letztlich profitiert die Natur von einem minimierten Fußabdruck, der im Rahmen der natürlichen Belastungsgrenzen unseres Planeten liegt.

Der vorliegende Abschlussbericht fasst in Kürze die Ziele und Ergebnisse der Zusammenarbeit zwischen dem WWF und Netto von 2012² bis 2022 zusammen und liefert einen Ausblick auf die künftige Zusammenarbeit. Der erste Fortschrittsbericht der neuen Phase wird im Jahr 2024 veröffentlicht werden.

I.2 DIE UN-NACHHALTIGKEITZIELE

DIE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGKEIT ZWISCHEN DEM WWF UND NETTO KNÜPFT AN DIE ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DER VEREINTEN NATIONEN AN.

Den übergeordneten Rahmen bilden die SDGs **17** Globale Partnerschaften/ Multi-Akteurs-Partnerschaften, **12** Konsum und Produktion und **13** Klimawandel. Sie umfassen die wirtschaftliche und ökologische Dimension der Nachhaltigkeit.

Die Zusammenarbeit soll sich darüber hinaus aber auch positiv auf die SDGs **6** Wasser, **14** Ozeane, **15** Landökosysteme, **2** Ernährungssicherheit und Landwirtschaft, **7** Energiesicherheit sowie **8** Wachstum und Entwicklung auswirken. Zu beachten ist, dass sich diese Ziele – und somit auch die Themenfelder der Partnerschaft – wechselseitig beeinflussen. Entscheidungen im Bereich Verpackungen haben beispielsweise auch Auswirkungen auf den Fußabdruck ganzer Sortimente. Im Bericht sind die jeweils relevanten SDGs den einzelnen Kapiteln vorangestellt.



1.3 GRUNDLAGEN DER FORTSCHRITTSMESSUNG

Bereits seit Beginn der Partnerschaft zwischen WWF und Netto im Jahr 2015 wird der Stand der Zielerreichung jeweils zum 30.06. in einem jährlichen Monitoring dokumentiert.³ Anders als in den Vorjahren wird im vorliegenden Abschlussbericht jedoch nicht vorrangig der Umsetzungsstand des vorangegangenen Jahres (01.07.2021 bis 30.06.2022) betrachtet. Vielmehr wird den Leser:innen ein Rückblick auf die Ergebnisse der Zusammenarbeit ermöglicht. Dazu sind die Ziele übersichtlich und inklusive ihrer Baseline- sowie Zielerreichungsdaten⁴ dokumentiert und zu Beginn des entsprechenden Unterkapitels dargestellt. Der Zielerreichungsgrad wurde 2022 für die jeweiligen Themenfelder der Partnerschaft durch ein Monitoring ermittelt und in folgenden fünf Bereichen durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer in seinen quantitativen Ergebnissen validiert:

- Fisch und Meeresfrüchte
- Palmöl
- Verpackung
- Süßwasser
- Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung
(nur die neuen Ziele in den Segmenten Fleisch und Wurst)

Außerdem sind die Daten für den Bereich der produktbezogenen Kommunikation durch die Wirtschaftsprüfung abgenommen worden. Dazu gehören mitunter alle Netto-Eigenmarkenprodukte, die einen vom WWF anerkannten Nachhaltigkeitsstandard erfüllen. Dies sind u. a. die EU-Öko-Verordnung, Bioland oder vergleichbare Bioverbände, Marine Stewardship Council (MSC), Forest Stewardship Council (FSC®), Blauer Engel und NATRUE. Das WWF-Logo kennzeichnet die Zertifizierung durch eine vom WWF anerkannte, unabhängige Prüforganisation.

³ Die Partnerschaft zwischen WWF und dem Mutterunternehmen von Netto, der EDEKA Zentrale Stiftung und Co. KG, besteht bereits seit 2012. Im Jahr 2015 hat Netto alle Ziele übernommen.

⁴ Zum Statuszeitpunkt des jeweiligen Fortschrittsberichts.

⁵ Angelehnt an die Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI).

Bei dem Themenfeld Holz, Papier, Tissue sowie bestehenden Teilzielen des Themenfeldes Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung sind die Daten aus dem Monitoring 2021 verwendet worden (vgl. Hinweise in den jeweiligen Kapiteln).

Zusätzlich zur Statustabelle strukturiert ein Statustext die Ergebnisse nach der Zielerreichung, Herausforderungen und Besonderheiten und gibt einen kurzen Ausblick. Dieser Statustext wird ergänzt durch Datentabellen und Grafiken, die die Ergebnisse veranschaulichen und somit greifbarer machen.

Die für das Monitoring ausgewählten Kennzahlen machen den Grad der Umstellung des Netto-Eigenmarkensortiments auf nachhaltigere Alternativen deutlich. Basis für die Ergebnisse aus dem Jahr 2022 bildet ein Sortimentsauszug zum Stichtag 30.06.2021, Basis für Ergebnisse anderer Jahre entsprechend die Sortimentsauszüge zum 30.06. des jeweiligen Jahres. Im Themenfeld Süßwasser liegen dem Monitoring die Lieferanten-Umsatzmengen zugrunde. Hier wird gemessen, wie hoch der Anteil an Lieferanten ist, der Informationen offenlegt (Risikotransparenz), und wie viele dieser bereits Maßnahmen zur Risikoreduktion umsetzen. Im Themenfeld Klima bietet eine extern validierte Klimabilanz die Grundlage der Fortschrittsmessung. Hinzu kommen intern erhobene Daten u. a. zu Maßnahmen der Energieeffizienz und Optimierung von Logistikprozessen.

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.⁵



1.4 SYSTEMATIK DER BEWERTUNG

IM FORTSCHRITTS- UND ABSCHLUSSBERICHT SIND DIE TEILZIELE SOWIE DEREN BISHERIGE ZIELERREICHUNG ZUM STICHTAG 30.06. DARGESTELLT. FOLGENDE BEWERTUNGSKATEGORIEN WAREN MÖGLICH:

- ✓ Ziel erreicht⁶
- ↗ Signifikanter Zielerreichungsgrad⁷
- Durchschnittlicher bis hoher Zielerreichungsgrad⁸
- ✗ Ziel nicht erreicht



Foto: Agnieszka Olek / Adobe Stock

⁶ Wenn das Ziel erreicht ist bzw. 0,5 Prozentpunkte zur Erreichung fehlen.

⁷ Wenn der Zielerreichungsgrad mehr als 95 Prozent beträgt bzw. die Zielerreichung bei weniger als 5 Prozentpunkten zum Zielerreichungswert liegt.

⁸ Wenn die Zielerreichung zwischen 60 und 95 Prozent beträgt.



1.5 DIE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

93%



FISCH

Heute sind rund 93 Prozent der Eigenmarkenprodukte auf „Gute Wahl“ umgestellt, eine Steigerung von 21 Prozentpunkten im Vergleich zur Baseline.

Seit Beginn der Partnerschaft arbeiten WWF und Netto daran, das Netto-Eigenmarkensortiment von **Fisch und Meeresfrüchten** auf nachhaltigen Bezug, also auf Produkte mit der Kennzeichnung „Gute Wahl“ umzustellen. Fisch aus nachhaltigeren Quellen reduziert Überfischung und trägt zum Schutz von Ökosystemen und Klima bei. Heute sind rund 93 Prozent der Eigenmarkenprodukte auf „Gute Wahl“ umgestellt, eine Steigerung von 21 Prozentpunkten im Vergleich zur Baseline. Produkte, die diese Kennzeichnung erhalten, sind entweder nach einem vom WWF anerkannten Umweltstandard zertifiziert oder in der WWF-Fischdatenbank mit den Scores 1 + 2 bewertet. Diese Steigerung kann zwar als klarer Erfolg gewertet werden, darüber hinaus fehlt

es im Bereich Fischerei aber häufig an politischen Entscheidungen, wie Fangquoten und strengeren Kontrollen, ohne die ein nachhaltigeres Fischsortiment nur schwierig gestaltet werden kann.

Eine konsequente Anwendung der FSC®-Zertifizierung kann dazu beitragen, eine nachhaltige Waldwirtschaft auszuweiten und zu stärken. Deshalb haben sich die Partner bei der Arbeit im Themenfeld **Holz, Papier und Tissue** darauf verständigt, eine verbundweite Umstellung auf mindestens FSC®-Mix-zertifiziertes Material anzustreben. Dieses Ziel war bereits im ersten Partnerschaftsjahr mit hohem Ziel-

erreichungsgrad realisiert und Netto schon früh Vorreiter auf diesem Gebiet. Aber auch im Jahr 2022 ist die vollständige Umstellung auf FSC®- und Blauer Engel-zertifizierte Ware (100 Prozent) einzigartig im Lebensmitteleinzelhandel.¹⁰ Im Lauf der Jahre kamen weitere Ziele hinzu, wie die Umstellung der Verpackungen sowohl der Produkte als auch im Bereich des Transports. Inzwischen ist fast das gesamte entsprechende Eigenmarkensortiment auf entweder FSC® Mix oder FSC® Recycled bzw. Blauer Engel umgestellt. Herausfordernd bei der Beschaffung von Holz, Papier und Tissuewaren ist weiterhin der Recyclinganteil, an dem auch zukünftig gearbeitet werden muss.

100%



HOLZ

Im Jahr 2022 ist die vollständige Umstellung auf FSC®- und Blauer Engel-zertifizierte Ware (100 Prozent) einzigartig im Lebensmitteleinzelhandel.⁹

⁹ Dies bezieht sich auf EDEKA, der Netto als Tochterunternehmen angehört.

¹⁰ Ebd.



97%



PALMÖL

Fast 97 Prozent des eingesetzten Palm(kern)öls sowie die daraus gewonnenen Derivate und Fraktionen sind entsprechend des angestrebten Lieferkettenmodells zertifiziert.

Nach siebenjähriger Zusammenarbeit im Bereich **Palmöl** hat sich der Umstellungsgrad auf das angestrebte Lieferkettenmodell des Standards des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) sowohl für reines Palmöl und Palmkernöl als auch für Derivate und Fraktionen im Jahr 2021 zwischen 94 und 100 Prozent stabilisiert. Das sind klare Steigerungen von bis zu 47 Prozentpunkten im Vergleich zum Basisjahr. Im Kalenderjahr 2021 waren fast 97 Prozent der eingesetzten Palm(kern)ölbestandteile in Eigenmarkenartikeln entsprechend des angestrebten Lieferkettenmodells zertifiziert. Dies leistet einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Entwicklung der Palmölindustrie sowie einen sozial und ökologisch verträglicheren Anbau von Ölpalmen. Der RSPO macht unter anderem Vorgaben zum Verzicht auf hochgefährliche Pestizide, die Reduktion von Treibhausgasen sowie das Verbot von Brandrodungen. Herausfordernd bleibt die Umstellung auf verifiziertes Palm(kern)öl der Palm Oil Innovation Group (POIG). Auch wenn dieses Ziel bis zum Ende dieser Partnerschaftsphase nicht erreicht wurde, zieht Nettos Mutterunternehmen eine Mitgliedschaft bei POIG weiter in Betracht.

Nicht zuletzt hat Netto im Jahr 2021 erstmals Nachhaltigkeitsanforderungen für die Substitution von Palmöl definiert und stellt flächendeckend Mindestanforderungen für Ersatzstoffe wie beispielsweise Raps, Sonnenblume, Soja und Kokos sicher. Weiterhin offen ist eine umfangreiche Betrachtung der durchgeführten Substitution und der Umsetzung dieser Mindest-Nachhaltigkeitsanforderungen. Dazu gehört auch die Entwicklung einer ganzheitlichen Strategie.

93%



SOJA/NACHHALTIGE NUTZTIERFÜTTERUNG

Netto steigerte die Anzahl von bio-zertifizierten Fleisch- und Wurstartikeln im Vergleich zum Baseline-Jahr um 93 Prozent auf 29 Artikel.

Für den Anbau von Nutztierfutter werden Wälder gerodet und Ökosysteme zerstört. Im Themenfeld **Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung** arbeiten WWF und Netto an der Umstellung auf zertifiziert nachhaltigere Fütterung bzw. Fütterung aus europäischem Anbau sowie an einer nachhaltigeren Sortimentsgestaltung. Die komplexen und schwer rückverfolgbaren Strukturen von Fleischlieferketten bei tierischen Produkten haben sich als größte Hürde zur Zielerreichung erwiesen. Allerdings konnten große Anteile der Artikelmenge des Jahres 2017 auf Fütterung ohne gentech-

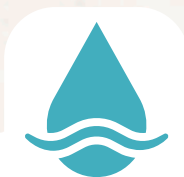


Foto: Kelly Sikkima / Unsplash

nisch veränderte Organismen (GVO) umgestellt werden. Erfolge lassen sich bei den Eiern aus Bodenhaltung und Tiefkühlhähnchen verbuchen: Lieferanten für die Eigenmarken „Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“ haben nahezu 83 Prozent Bodenhaltungseier von Hennen aus nachhaltigerer Fütterung geliefert. Die Tiefkühlhähnchen der Eigenmarke „Gourmeat“ sind vollständig auf eine nachhaltigere Fütterung umgestellt. Weit übertroffen wurden außerdem die Sortimentsziele: Netto steigerte die Anzahl von biozertifizierten Fleisch- und Wurstartikeln im Vergleich zum Baseline-Jahr um 93 Prozent auf 29 Artikel und von veganen bzw. vegetarischen Fleisch- und Wurсталternativen um 33 Prozent bzw. mehr als 28 Prozent auf 16 bzw. 18 Artikel. Während dies bereits Ressourcen schützt, ist es weiterhin Ziel, den Anteil von biozertifizierten wie auch veganen/vegetarischen Artikeln am Gesamtsortiment zu steigern. Zukünftig wird es darum gehen, über die politische Forderung hinaus transparente sowie entwaldungs- und umwandlungsfreie Lieferketten umzusetzen und so bis zur Ebene Futtermittel aktiv zu werden.

Im Themenfeld **Süßwasser** arbeiten die Partner seit vielen Jahren mit dem Water-Stewardship-Ansatz. Dieser Ansatz trägt zum Schutz und zur Wiederherstellung wasserbezogener Ökosysteme, zur Verbesserung der Wasserqualität, zur Reduktion des Wasserverbrauchs, zur Sicherstellung von Trinkwasser- und Sanitärversorgung und zur Stärkung eines nachhaltigeren Wasserressourcenmanagements in den Flussgebieten bei. Die Partner haben in den vergangenen Jahren außerdem konsequent an der Ermittlung von Süßwasserrisiken gearbeitet. Die Fortschritte spiegeln sich auch in den Kennzahlen des Monitorings wider: Rund 77 Prozent der Gesamtabsatzmengen (in Kilogramm) von Obst und Gemüse aus Wasserrisikoländern sind im Water Risk Tool (WRT) erfasst (Risikotransparenz) – ein Anstieg um 67,5 Prozentpunkte im Vergleich zum Baseline-Jahr. Für fast 14,5 Prozent der Absatzmengen in Bezug auf die Gesamtabsatzmengen konnten die Lieferanten und Erzeugerbetriebe eine Risikoreduktion mittels entsprechender Zertifikate nachweisen. Diese Zahl ist zwar um circa zwölf Prozentpunkte im Vergleich zum Baseline-Jahr 2019 gestiegen, es gilt jedoch, die Wasserrisiken in der Zukunft weiter zu reduzieren.

77%



SÜSSWASSER

Rund 77 Prozent der Gesamtabsatzmengen (in Kilogramm) von Obst und Gemüse aus Wasserrisikoländern sind im Water Risk Tool (WRT) erfasst.

Die Vermeidung bzw. Reduktion von **Verpackungen** schützt wertvolle Ressourcen. Das Ziel, alle Verpackungen aus Polyethylenterephthalat (PET) für Drogerie-Eigenmarken bei Netto aus mindestens 30 Prozent Recyclingmaterial herzustellen, wurde weit überschritten und lag zum Stichtag bei über 64 Prozent. Ein weiterer Erfolg, der viele Tonnen Frischmaterial einspart: Zum Stichtag wurde ein Anteil von fast 26 Prozent Recyclingmaterial bei bepfandeten Einwegflaschen im Bereich Getränke gemessen. Der Anteil lag 2020 noch bei unter einem Prozent. Allerdings sollte hier der Fokus darauf liegen, Rezyklatmaterial aus Post-Consumer-Quellen, d. h. dem Gelben Sack, zu beziehen. Wichtig ist es auch, durch die Vermeidung von Knotenbeuteln und Einweg-Tragetaschen Ressourcen zu sparen. Der Verbrauch von Knotenbeuteln pro Quadratmeter konnte um mehr als 40 Prozent reduziert werden. Dagegen ist der Verbrauch von Einwegtaschen pro Quadratmeter nur um rund 18 Prozent gesunken, womit das Ziel von 30 Prozent Reduktion nicht erreicht wurde. Kleinere Fortschritte sind in den Bereichen Aluminium und PVC zu verzeichnen. Weiterhin konnte die Baseline-Erhebung zu Polystyrol (PS) und expandiertem Polystyrol (EPS) und Polyvinylchlorid (PVC) sowie Polyvinylidenchlorid (PVDC) im Bereich Obst und Gemüse durchgeführt werden.



19 FARMEN



ZITRUSPROJEKT

Das Projekt arbeitet in vier verschiedenen Themenschwerpunkten zu Wasser, Pestiziden, Biodiversität und guten landwirtschaftlichen Praktiken.

Darüber hinaus haben die landwirtschaftlichen Anbauprojekte sowohl im konventionellen als auch im Öko-Landbau Fortschritte erzielt: Um die ökologischen Folgen des konventionellen Anbaus von Orangen und Mandarinen zu minimieren, verfolgt das 2015 in Spanien gestartete **Zitrusprojekt** Maßnahmen, die inzwischen von 19 Farmen auf einer Gesamtfläche von über 1.522 Hektar umgesetzt werden. Zur Erweiterung des Angebots von nachhaltigeren Orangen und Mandarinen aus konventionellem Anbau konnten die Partner für das Zitrusprojekt fünf zusätzliche Lieferanten gewinnen. Das Projekt arbeitet in vier verschiedenen Themenschwerpunkten zu Wasser, Pestiziden, Biodiversität und guten landwirtschaftlichen Praktiken – so konnten durch die Maßnahmen 1.668 Millionen Liter Wasser und 10.600 Kilogramm/Liter Pestizide eingespart werden. Außerdem werden durch die verringerte toxische Belastung und Biodiversitätsmaßnahmen sowohl das Vorkommen von Nützlingen wie Marienkäfern als auch die Wiederansiedlung von Vögeln, Reptilien, Amphibien und Säugetieren gefördert.

Mit 209 Betrieben auf 53.241 Hektar Anbaufläche hat das seit 2012 bestehende Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ zum Ziel, die natürliche Vielfalt der Tier- und Pflanzenarten durch Naturschutzmaßnahmen auf landwirtschaftlich bewirtschafteten Flächen zu erhalten bzw. wiederzubeleben. Im Jahr 2022 konnte die Wirksamkeit des Programms nachgewiesen werden: Das für den süddeutschen Raum inzwischen abgeschlossene Monitoring lieferte bemerkenswerte Ergebnisse, besonders auf ungemähten Wiesenstreifen. Dort wurden mindestens achtmal so viele Insekten wie auf den gemähten Streifen desselben Betriebes gezählt. Auch das Produktportfolio ist 2022 deutlich erweitert worden. So gehören nun neben dem Bio Apfelsaft naturtrüb auch regionale Bio Mehle und Bio Tafelobst sowie Bio Apfelmus aus einer neu gegründeten Initiative des Naturschutzprogramms zum Angebot.

Produkte, die einen vom WWF anerkannten und von einer unabhängigen Stelle zertifizierten Höchststandard erfüllen, können als Bestandteil der Partnerschaft zusätzlich mit einem WWF-Panda-Logo versehen werden. Die Artikel mit einem solchen **Co-Branding** gehören zum Bereich der Produktkommunikation und werden jährlich erfasst. In diesem Bereich ergab das Monitoring zum Stichtag 30.06.2022 eine Zunahme um 28 Artikel auf insgesamt 398 Artikel mit einem Co-Branding im Netto-Sortiment – dies bedeutet eine Steigerung von fast 90 Prozent im Vergleich zum Baseline-Jahr 2016.

Die Partnerschaft zwischen WWF und Netto hat seit 2016 starke Fortschritte gemacht. Trotz aller Erfolge und aufgrund der wachsenden Brisanz der Herausforderungen im Nachhaltigkeitsbereich bleibt weiterhin viel zu tun. Die nächste Partnerschaftsphase wird daher noch weitgreifendere Prozesse anstreben, in denen die gravierendsten Herausforderungen noch intensiver bearbeitet werden: So wird eine Steigerung der Rückverfolgbarkeit und Transparenz in den Lieferketten angestrebt und auf entwaldungsfreie Lieferketten geachtet werden. Außerdem wollen die Partner den Recyclinganteil bei holzbasierten Verpackungen und Produkten deutlich steigern, wie auch der Recyclinganteil bei anderen Verpackungsarten.

209



LANDWIRTSCHAFT FÜR ARTENVIELFALT

Mit 209 Betrieben auf 53.241 Hektar Anbaufläche hat das seit 2012 bestehende Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ zum Ziel, die natürliche Vielfalt der Tier- und Pflanzenarten durch Naturschutzmaßnahmen auf landwirtschaftlich bewirtschafteten Flächen zu erhalten bzw. wiederzubeleben.

90%



CO-BRANDING

Insgesamt 398 Artikel mit einem Co-Branding im Netto-Sortiment – dies bedeutet eine Steigerung von fast 90 Prozent im Vergleich zum Baseline-Jahr 2016.



2

**DIE ERGEBNISSE
IN DEN THEMEN-
FELDERN DER
PARTNERSCHAFT**





2.1

FISCH UND MEERESFRÜCHTE





DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL BASELINE STATUS 30.06.2022

Umstellung des Eigenmarkensortiments auf nachhaltigere Produkte bis 30.06.2022

100 % der Netto-Eigenmarken sind auf nachhaltige Ware umgestellt.	71 % Gute Wahl 27 % Zweite Wahl 1 % Lieber nicht (Status Erhebung 2012)	92,55 % Gute Wahl, 7,45 % Zweite Wahl, 0,00 % Lieber nicht	→
davon Wildfisch (74,47 %)	77 % Gute Wahl 23 % Zweite Wahl (Status zum 30.06.2016)	94,29 % Gute Wahl, 5,71 % Zweite Wahl, 0,00 % Lieber nicht	→
davon Aquakultur (25,53 %)	6 % Gute Wahl 94 % Zweite Wahl (Status zum 30.06.2016)	87,50 % Gute Wahl, 12,50 % Zweite Wahl, 0,00 % Lieber nicht	→
100 % der Tier-nahrung-Eigenmarken sind auf nachhaltige Ware umgestellt.	50 % Zweite Wahl 50 % Lieber nicht (Status zum 30.06.2015)	26,92 % Gute Wahl, 15,38 % Zweite Wahl, 57,69 % Lieber nicht. Eine Änderung der Fortschrittsmessung 2018 führte zur Abwertung vieler Produkte, die Fischmehl oder Fischöl ungeklärter Herkunft enthalten. Viele Produkte, die eine Fischart als Hauptbestandteil enthalten, sind inzwischen umgestellt.	✗

Tabelle 1: Überblick der Baselines sowie Zielerreichung zum 30.06.2022 im Themenfeld Fisch und Meeresfrüchte.

WARUM ARBEITEN WWF UND NETTO EIGENTLICH ZU NACHHALTIGERER FISCHEREI?

Über ein Drittel der weltweiten Fischbestände sind überfischt. Der Klimawandel wird es nicht leichter machen, diesen Trend umzukehren, da für die meisten Fischbestände ein Rückgang der Biomasse erwartet wird. Wenn ein Bestand so stark überfischt wird, dass er zusammenbricht, heißt das nicht automatisch, dass der Fisch ausstirbt. Hering, Dorsch und Co. erfüllen wichtige Funktionen im Ökosystem, denn sie fressen andere Pflanzen und Tiere und dienen wiederum anderen Tieren als Nahrung. Durch die hohe Komplexität dieser Beziehungen sind die Folgen kaum vorherzusagen und möglicherweise unumkehrbar. Neben den Belastungen der Tier- und Pflanzenwelt hat das auch schwerwiegende Folgen für die Menschen, die von der Fischerei leben. Einige Fischarten sind allerdings tatsächlich akut vom Aussterben bedroht oder zumindest sehr gefährdet. Dazu gehören etwa Aale, viele Haie, Rochen und Wildstöre. Diese Produkte hat Netto daher bereits zu Beginn der Zusammenarbeit mit dem WWF ausgelistet. Netto hat 92,5 Prozent seiner Netto-Eigenmarken auf nachhaltigere Ware umgestellt, eine Steigerung von 20,81 Prozentpunkten im Vergleich zum Basisjahr. Auch in den Bereichen Wildfisch und Aquakultur konnten Umstellungen von 94 bzw. 87,5 Prozent erreicht werden. Netto hat hiermit Erfolge hin zu einem nachhaltigeren Sortiment zu verzeichnen. Allerdings wurden zum Teil auch neue Produkte eingeführt, die nicht den WWF-Kriterien für eine „Gute Wahl“ entsprechen, was letztlich die Erreichung des Gesamtziels verhindert hat.

HERAUSFORDERUNGEN

Im Bereich der Tiernahrung wurde keine ähnlich hohe Umstellungsquote wie im restlichen Sortiment erreicht. Hier kommen Fischmehl und Fischöl zum Einsatz, welche in vielen Fällen aus kritischen Fischereien oder unbekannter Herkunft stammen. Produkte mit solchen Bestandteilen werden vom WWF rot bewertet und fallen in die Kategorie „Lieber nicht“. Jedoch stieg in den letzten Jahren die Zahl der Tiernahrungsprodukte, die nach einem vom WWF anerkannten Standard zertifiziert sind.

BESONDERHEITEN

In vielen Fällen lassen sich die Umweltprobleme von Fischprodukten nicht durch einfache Einkaufsentscheidungen lösen. Insbesondere, wenn fehlende Regulierungen (zum Beispiel Fangquoten) oder Kontrollen das Problem sind, kann Engagement auf politischer Ebene eine bessere Strategie sein. In den vergangenen Jahren haben sich WWF und Netto¹¹ deshalb, oft zusammen mit weiteren Organisationen, zu zahlreichen Gelegenheiten auch politisch engagiert: etwa auf EU-Ebene in den regionalen Thunfisch-Management-Organisationen oder im Rahmen von Verbesserungsprozessen der Zertifizierungssysteme.

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 30.06.2022 im Sortiment befanden. Hinzu kommen Aktionsartikel, die seit 01.07.2021 vorübergehend im Sortiment waren. Der WWF lässt nicht zertifizierte Fischereien durch unabhängige Expert:innen nach den Kriterien Bestandszustand, -management und ökologische Auswirkungen bewerten. Die Ergebnisse gehen in die WWF-Fischdatenbank ein und sind 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, Aquaculture Stewardship Council (ASC), EU-Bio oder Naturland bei Zuchtfisch) zertifiziert oder in der WWF-Fischdatenbank mit den Scores 1 + 2 bewertet sind. Score 3 entspricht der Bewertung „Zweite Wahl“ (gelb), die Scores 4 + 5 werden mit „Lieber nicht“ (rot) markiert.

Produkte verschiedener Lieferanten, die jedoch unter gleichem Namen und in gleicher Verpackung verkauft werden, erhalten im Monitoring die schlechtere Gesamtbewertung, wenn ihre Fischbestandteile abweichend eingestuft wurden.

ENTWICKLUNG DES NETTO-FISCHSORTIMENTS

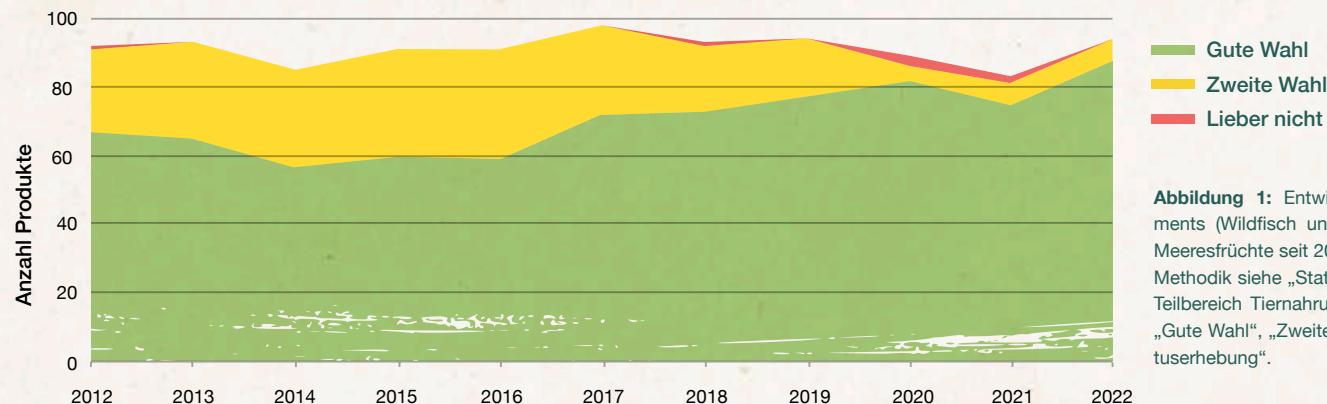


Abbildung 1: Entwicklung des Netto-Eigenmarkensortiments (Wildfisch und Aquakultur) im Bereich Fisch und Meeresfrüchte seit 2012 bis zur letzten Erhebung 2022 (zur Methodik siehe „Statuserhebung“). Nicht aufgeführt ist der Teilbereich Tiernahrung. Für die Definition der Kategorien „Gute Wahl“, „Zweite Wahl“ und „Lieber nicht“ siehe „Statuserhebung“.

¹¹ Teilweise auch vertreten durch das Mutterunternehmen EDEKA.

ENTWICKLUNG DES NETTO-FISCHSORTIMENTS

NETTO-EIGENMARKEN-SORTIMENT		GESAMT ARTIKEL ANZAHL	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	2	59	4	3	27	0	2
	Prozent	100%	7%	2%	61%	4%	3%	28%	0%	2%
Erhebung 2018	Produkte	93	9	1	62	0	0	20	1	0
	Prozent	100%	10%	1%	67%	0%	0%	22%	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%
Erhebung 2021	Produkte	83	5	2	62	4	1	7	0	2
	Prozent	100%	6%	2%	75%	5%	1%	8%	0%	2%
Erhebung 2022	Produkte	94	15	5	60	4	3	7	0	0
	Prozent	100%	14%	5%	64%	4%	3%	7%	0%	0%

- Gute Wahl
- Zweite Wahl
- Lieber nicht

Tabelle 2: Entwicklung des Netto-Eigenmarkensortiments (Wildfisch und Aquakultur) von der Baseline 2012 bis zur letzten Erhebung 2022 (zur Methodik siehe „Statuserhebung“). Produkte mit Zertifizierungen gemäß EU-Öko-Verordnung und Naturland sind in der Kategorie „Bio“ zusammengefasst. Die Prozentangaben sind gerundet und ergeben in der Summe nicht immer genau 100 Prozent.



2.2

HOLZ, PAPIER, TISSUE





DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	BASELINE	STATUS 30.06.2021 ¹²	
Umstellung auf FSC®-/Recycling-Produkte			
100 % Umstellung auf vorzugsweise Recycling-Material mit dem Siegel Blauer Engel oder FSC® Recycled, mindestens Umstellung auf FSC® Mix			
100 % Umstellung Grillkohle	60 % FSC®-zertifiziert (Status zum 30.06.2016)	100 % der Grillkohle ist mind. FSC®-Mix-zertifiziert.	✓
100 % Umstellung Tissue-Produkte	100 % FSC®-zertifiziert (Status zum 30.06.2016)	100 % der Tissueprodukte sind Blauer Engel-/FSC®-zertifiziert. Der Recyclinganteil ist mit 2,47 % weiterhin gering.	✓
100 % Umstellung Holz- und Papierprodukte (inkl. Papier-, Büro- und Schreibwarenprodukte)	100 % FSC®-zertifiziert (Status zum 30.06.2016)	Weiterhin zu 100 % Blauer Engel-/FSC®-zertifiziert. Der Recyclinganteil ist mit 13,04 % im Vergleich zum Vorjahr (32,35 %) deutlich gesunken.	✓

Tabelle 3: Überblick der Baselines sowie Zielerreichung zum 30.06.2021 im Themenfeld Holz, Papier, Tissue.

¹²Die Daten stammen aus dem Kalenderjahr 2020 (Fortschrittsbericht 2021). Da ein hoher Umstellungsgrad und die Ziele größtenteils bereits erreicht wurden, wurden keine neuen Daten für 2022 erfasst. Darüber hinaus gibt es für die Zertifizierung von Artikeln aus HPT eine vertragliche Grundlage, weshalb davon ausgegangen wird, dass sich die erzielten Ergebnisse auf gleichbleibendem Niveau befinden.





DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	BASELINE	STATUS 30.06.2021 ¹²	
Umstellung auf FSC®-/Recycling-Verpackungen			
100 % Umstellung auf vorzugsweise Recycling-Material mit dem Siegel Blauer Engel oder FSC® Recycled, mindestens Umstellung auf FSC® Mix			
100 % Umstellung bei Getränkekartons	98 % FSC®-zertifiziert (Status zum 30.06.2016)	100 % sind FSC®-zertifiziert.	✓
100 % Umstellung bei Endverbraucherpackungen	78 % FSC®-zertifiziert (Status zum 30.06.2016)	98,13 % der Endverbraucherpackungen sind mindestens FSC®-Mix-zertifiziert. Der Recyclinganteil ist leicht gesunken und bleibt insgesamt niedrig.	➔
100 % Umstellung bei Endverbraucherpackungen im Fruchtkontor	53 % FSC®-zertifiziert (Status zum 30.06.2020)	Bei 67,50 % der Stichproben waren die Lieferanten vertraglich verpflichtet, auf FSC®-zertifiziertes Verpackungsmaterial umzustellen.	➔
100 % Umstellung bei Etiketten auf mind. FSC® Mix	81,82 % FSC®-zertifiziert (Status zum 30.06.2020)	Die vertragliche Verpflichtung der Lieferanten, die Etiketten von Eigenmarkenprodukten und von Endverbraucherpackungen auf FSC®-zertifiziertes Verpackungsmaterial umzustellen, ist mit 91,41 % deutlich gestiegen. Der Recyclinganteil konnte nicht ausgebaut werden.	➔
100 % Umstellung bei Bedienungsanleitungen auf Recycling-Material	keine Baseline	Es besteht eine vertragliche Verpflichtung zur Verwendung von Recyclingmaterial bei Bedienungsanleitungen. Es kann über den Umstellungsgrad keine Aussage getroffen werden.	✓
Füllmaterialien, Holzgriffe, Flaschenkorken	98,68 % FSC®-zertifiziert (Status zum 30.06.2021)	Bei 98,68 % der Stichproben (n = 8) besteht eine vertragliche Verpflichtung des Lieferanten, FSC®-zertifiziertes Material zu verwenden.	➔
Transport- und Karton-Umverpackungen aus Recyclingmaterial	97,92 % FSC® Recycled oder Blauer Engel vertraglich verpflichtend (Status zum 30.06.2019)	Bei 100 % der Stichproben (n = 65) besteht eine vertragliche Verpflichtung des Lieferanten, FSC®-zertifiziertes Recycling-Verpackungsmaterial zu verwenden.	✓

Tabelle 3: Überblick der erreichten Ziele zum 30.06.2021 im Themenfeld Holz, Papier und Tissue.

¹² Die Daten stammen aus dem Kalenderjahr 2020 (Fortschrittsbericht 2021). Da ein hoher Umstellungsgrad und die Ziele größtenteils bereits erreicht wurden, wurden keine neuen Daten für 2022 erfasst. Darüber hinaus gibt es für die Zertifizierung von Artikeln aus HPT eine vertragliche Grundlage, weshalb davon ausgegangen wird, dass sich die erzielten Ergebnisse auf gleichbleibendem Niveau befinden.



HOLZ – EIN WICHTIGES, SCHÜTZENSWERTES GUT

Das Themenfeld Holz, Papier und Tissue spielte von Beginn der Partnerschaft an eine wichtige Rolle. Entsprechend wurden bereits im Jahr 2015 wichtige und ambitionierte Ziele gesetzt, die über die letzten Jahre sukzessive ausgeweitet worden sind. Im Fokus der gemeinsamen Zusammenarbeit zwischen WWF und Netto stand von Beginn an, den Anteil an FSC®- oder Blauer Engel-zertifizierten Produkten des Eigenmarkensortiments sowie in Bezug auf den internen Verbrauch und bei den Getränkekartons zu erhöhen. In fast allen dieser Kategorien ist Ersteres – also die Umstellung auf mindestens FSC®-Mix-zertifiziertes Material – bereits im ersten Partnerschaftsjahr in einem hohen Grad erreicht worden. Damit war Netto schon früh Vorreiter auf diesem Gebiet. Aber auch im Jahr 2022 ist die ausschließliche Umstellung auf FSC®- und Blauer Engel-zertifizierte Ware einzigartig im Lebensmitteleinzelhandel (LEH).¹³ Kein anderer LEH greift ausschließlich auf das FSC®- oder Blauer Engel-Siegel bei seinen Holz- und Papierprodukten zurück. Alle anderen Wettbewerber bedienen sich neben dem FSC®- oder Blauen Engel-Siegel auch anderer – aus Sicht des WWF – nicht ausreichend vertrauenswürdiger Waldzertifizierungssysteme.

Neben der Zertifizierung von Produkten aus Holz, Papier und Tissue galt bereits von Beginn an, Transportverpackungen auf 100 Prozent FSC®-zertifiziertes Recyclingmaterial und alle primären Endverbraucherpackungen (ausgenommen war zu diesem Zeitpunkt noch das Obst- und Gemüsesortiment) auf mindestens FSC®-Mix-Material umzustellen. Aufgrund des Umfangs – mehrere Tausend Produkte waren betroffen – und der Komplexität der Umstellung gab es bei dieser Umstellung einige Startschwierigkeiten, sodass sich die Zielerreichung verzögerte. Mittlerweile konnten jedoch fast das gesamte entsprechende Sortiment sowie Verpackungen entweder auf FSC® Mix oder auf FSC® Recycling umgestellt werden. Auch im Bereich Obst und Gemüse wird seit 2020 eine Umstellung auf FSC®-Mix-zertifizierte Verpackungsmaterialien angestrebt. Begonnen wurde 2018 mit der Umstellung der Bioartikel. Seit 2019 erfolgt eine Gesamtbetrachtung des Sortiments.

¹³ Dies bezieht sich auf EDEKA, der Netto als Tochterunternehmen angehört.

ZIELERWEITERUNGEN UND DAZUGEHÖRIGE HERAUSFORDERUNGEN

Als neue Zielvereinbarung wurde im Jahr 2017 schließlich der Geltungsbereich der Primärverpackungen auf die Verpackungsbestandteile Kartonfaltverpackungen, Heft-, Leim- und Klebeetiketten, Füllmaterialien wie Wellpappe, Holzgriffe (in Lebensmitteln), Flaschenkorken und Filterpapiere ausgeweitet, um auch diese Holzbestandteile abzudecken. Mittlerweile sind die Lieferanten vertraglich dazu verpflichtet, diese Bestandteile aus mindestens FSC® Mix zertifizierten Quellen zu beziehen.



AUSBLICK: RECYCLING ALS TEIL DER LÖSUNG

Deutlich verschärft gegenüber 2015 hat sich in den letzten Jahren die Nachfrage nach dem Rohstoff Holz. Da Holz allgemein als ein nachhaltiger Rohstoff anerkannt ist, wird er mittlerweile auch von den unterschiedlichsten Sektoren nachgefragt – nicht nur für die Produktion von Verpackungen, Möbeln oder Hygienepapierprodukten, sondern auch für die Herstellung von Textilien oder Energie aus Biomasse. Dies hat den Druck auf die Ressource Holz in den letzten Jahren immens erhöht. Um diesem Trend entgegenzuwirken, rät der WWF schon seit vielen Jahren, auf Papierprodukte aus Recyclingfasern anstelle von Frischfasern zurückzugreifen. Diese schonen nicht nur die Ressource Holz, sondern haben gegenüber der Frischfaservariante auch energetische und wassersparende Vorteile bei der Produktion. Entsprechend wurde das Prinzip, vorzugsweise auf Recyclingmaterial vor FSC®-zertifiziertem Frischfasermaterial zurückzugreifen, zum Leitgedanken des Themenfeldes Holz, Papier und Tissue in der Partnerschaft. Dieser Ausbau war wenig erfolgreich in der Produktkategorie Hygienepapiere und bei den Endverbraucherpackungen. Auch sieben Jahre nach Partnerschaftsbeginn ist der Einsatz von Recyclingfasern hier immer noch sehr gering. Zu dem ohnehin schon niedrigen Umstellungsgrad kam in den letzten Jahren noch die eingeschränkte Verfügbarkeit von Recyclingmaterial auf dem Markt hinzu. Nichtsdestotrotz werden die Partner in der nächsten Partnerschaftsperiode den Ausbau der Recyclinganteile weiterverfolgen.

UMSTELLUNG DER NETTO-EIGENMARKENARTIKEL UND -VERPACKUNGEN

	ANZAHL DER ARTIKEL	DAVON UMGESTELLT FSC® 100 %, FSC® Mix, FSC® Recycled oder Blauer Engel	DAVON RECYCLING Blauer Engel oder FSC® Recycled
Netto-Eigenmarkenartikel			
Grillkohle	5	100,00 %	0,0 %
Tissue	81	100,00 %	2,47 %
Holz- und Papierartikel (inkl. Büroartikel)	23	100,00 %	13,04 %
Netto-Eigenmarkenverpackungen			
Endverbraucher- verpackungen	1.547	98,13 %	7,24 %
Etiketten von Eigenmar- kenprodukten und/oder auf Endverbraucher- verpackungen	2.061	91,41 %	2,18 %

Tabelle 4: Umstellung der Netto-Eigenmarkenprodukte/-verpackungen auf Recycling/FSC®. Gezählt wurden alle Artikel, die sich zum Stichtag 30.06.2020 im Sortiment befanden, inklusive Aktionsartikeln. Gesondert erfasst und von dieser Prüfung ausgenommen sind die Etiketten der Produkte und Endverbraucherpackungen der EDEKA eigenen Fruchtkontore.

HOLZ- UND PAPIERARTIKEL

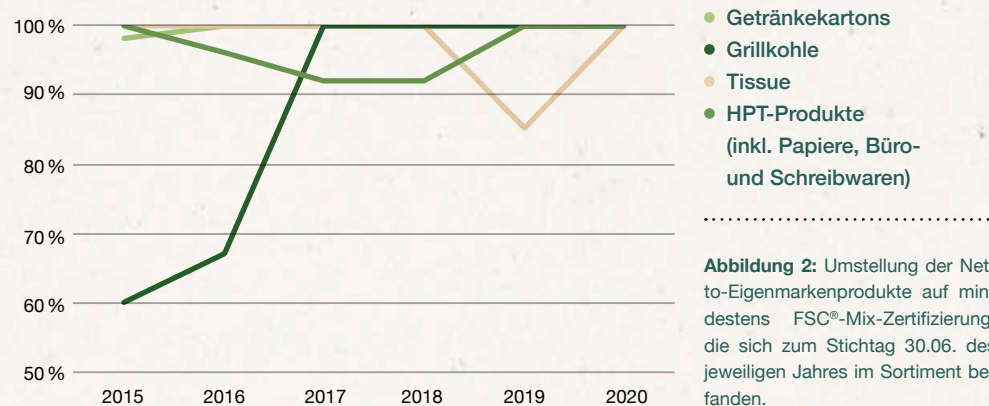


Abbildung 2: Umstellung der Netto-Eigenmarkenprodukte auf mindestens FSC®-Mix-Zertifizierung, die sich zum Stichtag 30.06. des jeweiligen Jahres im Sortiment befanden.

ENDVERBRAUCHERVERPACKUNGEN OBST & GEMÜSE

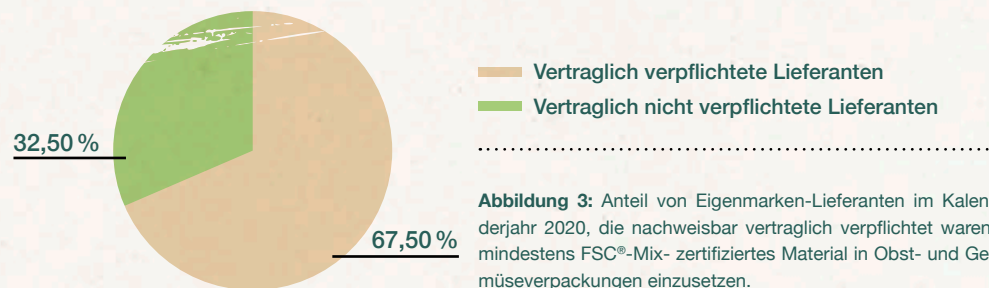


Abbildung 3: Anteil von Eigenmarken-Lieferanten im Kalenderjahr 2020, die nachweisbar vertraglich verpflichtet waren, mindestens FSC®-Mix-zertifiziertes Material in Obst- und Gemüseverpackungen einzusetzen.



ENDVERBRAUCHERVERPACKUNGEN

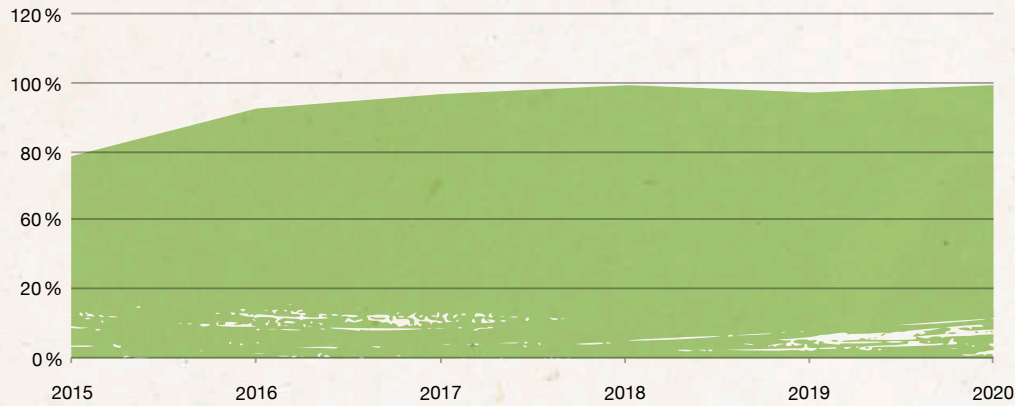


Abbildung 4: Umstellung der Netto-Eigenmarkenverpackungen auf mindestens FSC®-Mix-Zertifizierung, die sich zum Stichtag 30.06. des jeweiligen Jahres im Sortiment befanden.

UMSTELLUNG ETIKETTEN UND TRANSPORT- UND UMPACKUNGEN

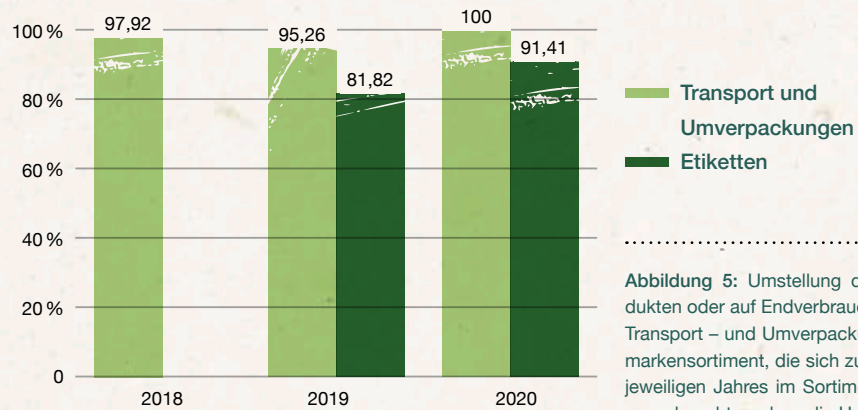


Abbildung 5: Umstellung der Etiketten von Produkten oder auf Endverbraucherpackungen und Transport – und Umverpackungen im Netto-Eigenmarkensortiment, die sich zum Stichtag 30.06. des jeweiligen Jahres im Sortiment befanden. Hier gilt es zu beachten, dass die Umstellung von Etiketten erst ab Kalenderjahr 2019 gemessen wurde.





2.3

PALMÖL



6 SAUBERES WASSER UND SANITÄR-EINRICHTUNGEN



8 MENSCHENWÜRDE, ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM



12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION



13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ



15 LEBEN AN LAND





DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL

BASELINE

STATUS 30.06.2022

Umstellung des im Eigenmarkensortiment verarbeiteten Palm(kern)öls auf 100 % zertifizierte, nachhaltigere Quellen bis 30.06.2022

100 % der Artikel mit reinem Palmöl sind auf mind. RSPO Segregated (SG) umgestellt.

76 % auf SG umgestellt
16 % auf Mass Balance (MB) umgestellt
8 % nicht umgestellt
(Status zum 30.06.2016)

2,78 % auf Identity Preserved (IP) umgestellt
92,13 % auf SG umgestellt
3,24 % auf MB umgestellt
1,85 % nicht umgestellt
Insgesamt sind 94,91 % auf das angestrebte Lieferkettenmodell umgestellt.



100 % der Artikel mit Palmkernöl sind auf mind. RSPO SG umgestellt.

33 % auf SG umgestellt
67 % auf MB umgestellt
(Status zum 30.06.2016)

100 % auf SG umgestellt
Insgesamt sind 100 % auf das angestrebte Lieferkettenmodell umgestellt.



100 % der Artikel mit Derivaten & Fraktionen aus Palm(kern)öl sind auf mind. RSPO MB umgestellt.

1 % auf SG umgestellt
49 % auf MB umgestellt
46 % auf B & C umgestellt
4 % nicht umgestellt
(Status zum 30.06.2016)

29,56 % auf SG umgestellt
67,73 % auf MB umgestellt
2,46 % auf B & C umgestellt
0,25 % nicht umgestellt
Insgesamt sind 97,29 % auf das angestrebte Lieferkettenmodell umgestellt.



Engagement für Zusatzkriterien und eine nachhaltige Entwicklung der Palmölindustrie

Mitgliedschaft in RSPO und Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP)

Netto ist, vertreten durch das Mutterunternehmen, weiterhin Mitglied beim RSPO und dem FONAP.



Anteil von Palm(kern)öl nach POIG-Kriterien

Das Ziel der Umstellung auf 30 % POIG-verifiziertes Palm(kern)öl konnte nicht erreicht werden. Eine Mitgliedschaft bei POIG durch das Mutterunternehmen wird weiter in Betracht gezogen.



Pflanzenöl-Substitution bei Eigenmarken

Pflanzenöl-Substitutionsstrategie

Seit Mai 2021 gelten bei der Substitution von Palmöl für die Warenbereiche Mindest-Nachhaltigkeitsanforderungen für Ersatzstoffe wie beispielsweise Raps, Sonnenblume, Soja und Kokos. Eine umfangreiche Analyse der Substitution und der Umsetzung der Mindest-Nachhaltigkeitsanforderungen sowie die Entwicklung einer ganzheitlichen Strategie stehen noch aus.



Tabelle 5: Überblick der Baselines sowie Zielerreichung zum 30.06.2022 im Themenfeld Palmöl.

ZERTIFIZIERTES PALMÖL ALS STRATEGIE

Palmöl ist das wichtigste und ertragreichste Pflanzenöl weltweit. Es leistet einen zentralen Beitrag zur Deckung des globalen Bedarfs von Pflanzenölen und zur effizienten Flächennutzung. Jedoch steht der Anbau von Ölpalmen mit der jahrzehntelangen Abholzung von Regenwald und anderen ökologischen, aber auch sozialen Missständen wie Menschenrechtsverletzungen in Verbindung.

Aus diesem Grund ist der Bezug von zertifiziertem Palm(kern)öl und dessen Bestandteilen ein wichtiger Schritt, um negative ökologische und soziale Konsequenzen zu mindern.

Seit 2016 verlief die Umstellung des in Netto-Eigenmarken eingesetzten Palm(kern)öls sowie der daraus gewonnenen Derivate und Fraktionen auf die angestrebten Lieferkettenmodelle des RSPO-Standards stabil mit aktuellen Umstellungsgraden zwischen 94,91 und 100 Prozent. Insbesondere im Bereich des Palmkernöls und der Derivate und Fraktionen wurden große Fortschritte erzielt. Im Kalenderjahr 2021 waren fast 97 Prozent der eingesetzten Palm(kern)ölbestandteile in Eigenmarkenartikeln entsprechend des angestrebten Lieferkettenmodells zertifiziert.

HERAUSFORDERUNGEN

Durch die regelmäßige Anpassung des Eigenmarkensortiments und damit verbundene Lieferantenwechsel kommt es immer wieder zur verzögerten Zertifizierung der neuen Lieferanten. Aus diesem Grund konnte das Umstellungsziel von 100 Prozent auf die angestrebten RSPO-Lieferkettenmodelle trotz einer hohen Umstellungsrate nicht gänzlich erreicht werden.

Die Anbaukriterien der POIG gehen über die Kriterien des RSPO hinaus – mit zusätzlichen sozialen und ökologischen Anforderungen. Die Umstellung von 30 Prozent des eingesetzten Palm(kern)öls auf POIG-verifizierte Ware konnte nicht erreicht werden. Hindernisse wie eine fehlende bzw. nicht bekannte segregierte Lieferkette von POIG-Palm(kern)öl nach Deutschland, aber auch die Problematik, dass Kommunikationsaktivitäten den POIG-Mitgliedern vorbehalten sind, spielen dabei eine Rolle. Um diese Hindernisse zu diskutieren, wird eine POIG-Mitgliedschaft¹⁴ weiter in Betracht gezogen.

¹⁴ Vertreten durch das Mutterunternehmen EDEKA.

VERÄNDERUNGEN ANSTOSSEN

Als Mitglied des FONAP¹⁵ beteiligte sich das Mutterunternehmen von Netto – stellvertretend auch für Netto – in Arbeitsgruppen der Initiative und war gemeinsam mit weiteren Mitgliedern an der Konsolidierung des RSPO-Standards im Jahr 2018 beteiligt, die zu einer Überarbeitung der Kriterien und zu einer Verbesserung des Standards geführt hat.

Aufgrund der negativen Wahrnehmung in Gesellschaft und Medien wurde in den vergangenen Jahren Palm(kern)öl oftmals durch andere Pflanzenöle substituiert. Dies kann aufgrund von erhöhtem Flächenverbrauch sowie fehlender Nachhaltigkeitsanforderungen im Anbau zu einer Vergrößerung des ökologischen Fußabdrucks insbesondere in (sub)tropischen Regionen führen. Daraus resultiert die Notwendigkeit, im Fall der Substitution den Ersatzstoff hinsichtlich dessen Nachhaltigkeit im Vergleich zu RSPO-zertifiziertem Palm(kern)öl zu bewerten.

Um einer Vergrößerung des ökologischen Fußabdrucks durch die Substitution durch andere, ertragsschwächere Ölpflanzen aus nicht zertifizierten Quellen entgegenzuwirken, wurden im Mai 2021 Mindest-Nachhaltigkeitsanforderungen für Ersatzstoffe definiert, welche im Fall der Palm(kern)öl-Substitution berücksichtigt werden müssen.



AUSBLICK

Die weitere Minderung der sozialen und ökologischen Folgen des Anbaus und die Unterstützung einer nachhaltigen Entwicklung des Palmölsektors werden aufgrund von prognostizierten Steigerungen der Nachfrage nach Palm(kern)öl und des damit verbundenen Flächenbedarfs auch in Zukunft relevante Themen bleiben.

¹⁵ Vertreten durch das Mutterunternehmen EDEKA.

PALMÖLBESTANDTEILE IN EIGENMARKENARTIKELN NACH RSPO-LIEFERKETTENMODELL

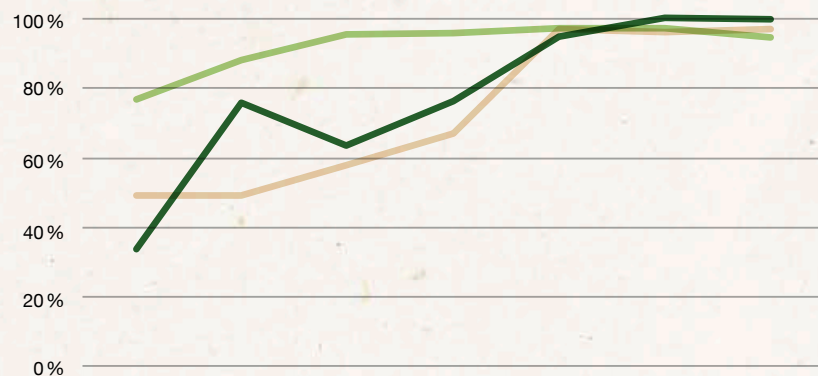
DAVON UMGESTELLT

Kategorien	Identity Preserved		Segregated		Mass Balance		Book & Claim		nicht umgestellt		Umstellung auf angestrebtes Lieferkettenmodell
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%	
Artikel mit reinem Palmöl	6	2,78	199	92,13	7	3,24	0	0,00	4	1,85	94,91
Artikel mit Palmkernöl	0	0,00	49	100,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	100,00
Artikel mit Derivaten/Fractionen aus Palm(kern)öl	0	0,00	120	29,56	275	67,73	10	2,46	1	0,25	97,29
Gesamt	6		368		282		10		5		671

Tabelle 6: 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 wurden alle Artikel inklusive Aktionsartikel, die sich zum Stichtag der Datenerfassung 30.06.2021 im Sortiment befanden. Ein Artikel kann mehrere Palmölbestandteile enthalten. 2021 enthielten 577 Artikel 671 Bestandteile aus Palmöl, Palmkernöl oder deren Derivaten und Fraktionen.



ENTWICKLUNG DER UMSTELLUNG DER PALMÖLBESTANDTEILE NACH ANGESTREBTEM LIEFERKETTENMODELL (2015-2021)



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
● Palmöl	76,19 %	88,27 %	95,45 %	95,50 %	96,47 %	97,24 %	94,91 %
● Palmkernöl	33,33 %	75,00 %	63,64 %	76,32 %	95,45 %	100 %	100 %
● Derivaten/ Fraktionen	49,62 %	48,34 %	57,61 %	66,29 %	97,11 %	96,04 %	97,29 %

Abbildung 6: Entwicklung der Umstellung von Palmölbestandteilen in Netto-Eigenmarken nach RSPO-Lieferkettenmodell seit 2015, die sich zum Stichtag 30.06. des jeweiligen Jahres im Sortiment befanden.

VERARBEITETE MENGE NACH RSPO-HANDELSMODELL (IN TONNEN)

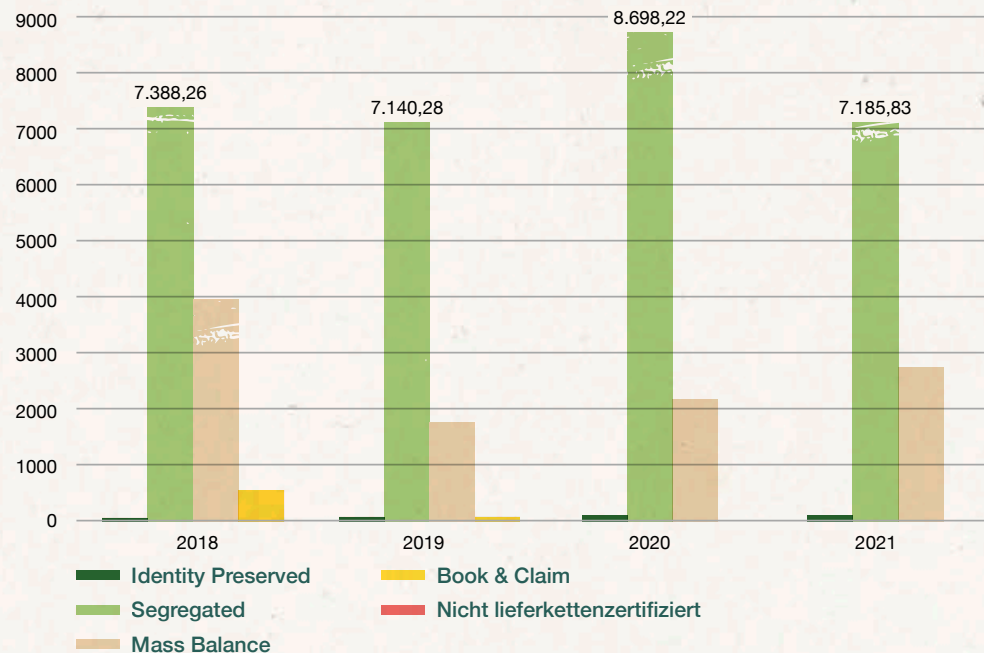


Abbildung 7: Im Netto-Eigenmarkensortiment verarbeitete Menge Palm(kern)öl inklusive Derivate und Fraktionen nach RSPO-Lieferkettenmodell in Tonnen seit 2018.





2.4

SOJA/NACHHALTIGERE NUTZTIERFÜTTERUNG





DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	BASELINE	STATUS 30.06.2022 ¹⁶	
Segment Weiße Linie			
40 % der Artikelmenge des Jahres 2017 sind auf nachhaltigere oder heimische Fütterung umgestellt. ¹⁷	keine Umstellung (Status zum 30.06.2018)	Eine zertifiziert nachhaltigere oder heimische Fütterung war auch in diesem Jahr bei keinem Produkt feststellbar.	✗
50 % der Butter sind aus GVO-freier Fütterung.	Kein Lieferant liefert Butter aus GVO-freier Fütterung, zwei Lieferanten liefern biozertifizierte Butter (Status zum 30.06.2020)	Rund 22 % der Butterartikel waren im Kalenderjahr 2021 aus GVO-freier Fütterung. Gezählt werden alle Artikel, die VLOG- oder biozertifiziert sind. Im vergangenen Berichtszeitraum hatte noch kein Lieferant auf VLOG umgestellte Butter bereitgestellt, im Jahr 2021 war es ein Lieferant.	✗
70 % der Artikelmenge des Jahres 2017 sind aus GVO-freier Fütterung.	83 % aus GVO-freier Fütterung (Status zum 30.06.2020)	Bei 81,65 % der Artikelmenge des Jahres 2017 ließ sich zum Stichtag 30.06.2021 eine Umstellung auf GVO-freie Fütterung nachweisen.	✓
Segment Gelbe Linie			
75 % der Artikelmenge des Jahres 2017 sind auf nachhaltigere oder heimische Fütterung umgestellt. ¹⁸	keine Umstellung (Status zum 30.06.2018)	Eine zertifiziert nachhaltigere oder heimische Fütterung konnte in diesem Jahr bei keinem Produkt festgestellt werden. Bei 92 % der Artikelmenge des Jahres 2017 wurde zum Stichtag 30.06.2021 eine Umstellung auf GVO-freie Fütterung erreicht.	✗
Segment Fleisch/Wurst			
Erarbeitung eines Konzept zur Umstellung auf nachhaltigere Fütterung		Im Juni 2021 haben sich die Partner auf neue Ziele im Segment Fleisch/Wurst geeinigt. Ein Konzept zur Umstellung auf eine nachhaltigere Fütterung in diesem Segment wurde jedoch nicht vereinbart.	✗
Durchführung eines Projekts		Die VLOG-zertifizierte Fütterung aus Eigenanbau mit dem Lieferanten Schillerfleisch lief analog dem Vorjahr weiter. Ab September 2022 startete das neue Programm „Stroh-schwein“ im Süden und Norden Deutschlands, bei dem unter der Eigenmarke „Einfach Fair“ Produkte verkauft werden, die neben gentechnikfreier Fütterung weitere Nachhaltigkeitsaspekte wie Stroh und mind. 40 % mehr Platz im Stall berücksichtigen.	✓

Tabelle 7: Überblick der Baselines sowie Zielerreichung zum 30.06.2022 im Themenfeld Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung.

¹⁶ Im Themenfeld Soja wurden im Jahr 2022 ausschließlich Daten für die neuen Ziele im Segment Fleisch und Wurst erhoben. Hier fand eine Erhebung für die Kalenderjahre 2020 und 2021 statt. Da es nicht zu erwarten ist, dass sich bei der Zielerreichung in den Segmenten Weiße und Gelbe Linie Veränderungen ergeben haben, wurde auf eine Datenerhebung verzichtet.

¹⁷ Gemäß Zielvereinbarung wird als Bezugsbasis für die Errechnung der prozentualen Anteile das Gesamtsortiment des Jahres 2017 herangezogen.

¹⁸ 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 vorläufig nur für Lieferanten und Molkereien, die überwiegend Milch aus Deutschland, Österreich und der Schweiz verarbeiten.



DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	BASELINE	STATUS 30.06.2022	
Vegan/Vegetarisch/Bio			
Erhöhung Anzahl von veganen & vegetarischen Ersatzprodukten im Bereich Fleisch/Wurst um 10 %	12 vegane Artikel; 14 vegetarische Artikel (Status zum 30.06.2021)	Die Anzahl von veganen Wurst- und Fleischersatzprodukten ist von 2021 bis 2022 um 33,33 % auf 16 gesteigert worden, während die Anzahl von vegetarischen Ersatzprodukten um 28,57 % auf 18 erhöht werden konnte.	✓
Erhöhung Anteil Bio-Fleisch/Wurst um 10 %	16 Bioartikel (Status zum 30.06.2021)	Die Anzahl von biozertifizierten Fleisch- und Wurstartikeln ist von 2021 bis 2022 um 93,33 % auf 29 Artikel gestiegen.	✓
Startprojekte			
Eier aus Bodenhaltung „Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“ sind umgestellt auf zertifiziert nachhaltigere Fütterung.		Rund 83 % der Eier aus Bodenhaltung stammen zum Stichtag 30.06.2021 aus zertifiziert nachhaltigerer Fütterung. Das Projekt wird weitergeführt.	➔
Hähnchen-TK „Gourmeat“ sind umgestellt auf zertifiziert nachhaltigere Fütterung.		Bereits im Mai 2016 wurde die Umstellung auf nachhaltigere Fütterung erreicht und wird seitdem weiterverfolgt. Sie ließ sich zuletzt zum Stichtag 30.06.2021 erneut bestätigen.	✓
Entwaldungs- und umwandlungsfreie Lieferketten			
Netto ¹⁹ und WWF erarbeiten eine Strategie entlang der Accountability Framework Initiative (AFI) für entwaldungs- und umwandlungsfreie Lieferketten für alle Risikorohstoffe.		Das Ziel wurde aufgrund von Kapazitätsmangel der Partner bis zum 30.06.2022 nicht erreicht. Es liegen bereits Entwürfe vor und die Arbeit wird fortgesetzt. Erste Ergebnisse sollen noch im Jahr 2022 veröffentlicht werden.	✗

Tabelle 7: Überblick der Baselines sowie Zielerreichung zum 30.06.2022 im Themenfeld Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung.

¹⁹ Vertreten durch das Mutterunternehmen EDEKA.



EINSATZ FÜR HEIMISCHE VIelfALT STATT IMPORTE AUS MONOKULTUREN

Jährlich werden mehr als 35 Millionen Tonnen Soja als Bohnen oder Schrot in die EU importiert – vor allem aus den südamerikanischen Regionen Amazonas und Cerrado, in denen eine unvergleichliche Artenvielfalt existiert. Im Cerrado fallen dem Sojaanbau pro Jahr rund 90.000 Hektar Fläche zum Opfer. Dafür werden Wälder gerodet, wertvolle Ökosysteme zerstört und kleinbäuerliche Gemeinden vertrieben. Die Böden verarmen durch Monokulturen und einen hohen Einsatz umweltschädlicher Düngemittel. Netto und WWF setzen sich deshalb für mehr heimische bzw. europäische Futtermittel und die Verwendung von zertifiziertem Soja aus nachhaltigem, gentechnikfreiem Anbau ein. Mit den Standards des Roundtable on Responsible Soy Association (RTRS), der ProTerra Foundation, der Marken Donau Soja oder Europe Soya unterstützt Netto eine entwaldungsfreie und soziale Anbaupraxis.



Foto: Daniel Cuiçeno / Unsplash



HERAUSFORDERUNGEN BEI DER UMSTELLUNG IN DEN SEGMENTEN

Das Themenfeld Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung hat sich in der Vergangenheit als herausfordernd erwiesen. Zwar wurden Zielvereinbarungen zur Umstellung auf gentechnikfreie Fütterung in den Segmenten Gelbe und Weiße Linie erreicht, eine darüber hinausgehende Umstellung auf nachhaltig zertifizierte Futtermittel konnte allerdings nicht realisiert werden. Auch das vereinbarte Ziel, 50 Prozent aller Butterartikel auf gentechnikfreie Fütterung umzustellen, ist nicht erreicht worden. Ein Lieferant liefert gentechnikfreie Butter.

NEUE WEGE – NEUE ZIELE

Da sich die Umstellung der Fütterung als herausfordernd erwiesen hat, wurden alternative Ziele zur Erhöhung der biozertifizierten wie auch vegetarischen und veganen Ersatzprodukte im Bereich Fleisch und Wurst vereinbart. Ziel ist es, den Kund:innen ein größeres Sortiment an nachhaltigeren Produkten anzubieten. So beziehen Biobetriebe Futter nur aus GVO-freien Quellen und fleischlose Ersatzprodukte schonen Sojaressourcen aus Übersee. Im Gegensatz zu Fleischprodukten werden Sojaprodukte für den direkten menschlichen Verzehr aus europäischen Quellen bezogen, um u. a. den Einsatz von gentechnisch verändertem Soja auszuschließen. Die Ziele zur Sortimentsgestaltung wurden weit übertroffen: Zum Stichtag 30.06.2021 lag die Anzahl von Bio-Fleisch- und -Wurstartikeln bei 15 Artikeln und von vegetarischen und veganen Fleisch-Wurst-Alternativen bei 14 bzw. 12 Artikeln. Zum Stichtag 30.06.2022 stieg die Anzahl der biozertifizierten Fleisch- und Wurstartikel um 93,33 Prozent auf 29 Artikel und die Anzahl der vegetarischen und veganen Ersatzprodukte um 28,57 bzw. 33,33 Prozent auf 18 bzw. 16 Produkte.



HERAUSFORDERUNGEN BEI DER UMSTELLUNG IN DEN SEGMENTEN

Netto hat die nachhaltigere Fütterung zudem im Rahmen von mehreren Startprojekten gefördert: Zum Beispiel sind zum Stichtag 30.06.2021 83 Prozent der Eier aus Bodenhaltung der Eigenmarken „Vom Land“ und „Ein Herz für Erzeuger“ aus nachhaltigerer Fütterung bezogen worden (s. Abbildung 10). Bei diesem Wert handelt es sich um geschätzte prozentuale Anteile der Fütterungsumstellung für die gemeldeten Liefermengen. Außerdem wurden im Startprojekt Tiefkühlhähnchen der Eigenmarke „Gourmeat“ 100 Prozent der Hühner nachhaltiger gefüttert.



AUSBLICK

Im Themenfeld Soja haben sich die komplexen und schwer rückverfolgbaren Strukturen von Fleischlieferketten sowie die von einem starken Preisdruck dominierten Marktbedingungen bei tierischen Produkten als größte Hürde zur Zielerreichung erwiesen. Die Regionalprogramme und Startprojekte konnten zwar größtenteils erfolgreich umgesetzt werden, allerdings ist ein Großteil der Eigenmarkenprodukte weiterhin nicht umgestellt. Zukünftig wird es einerseits eine zentrale Aufgabe sein, über die politische Forderung hinaus transparente sowie entwaldungs- und umwandlungsfreie Lieferketten umzusetzen und so bis zur Ebene Futtermittel aktiv zu werden, und andererseits das vegetarische und vegane Angebot an Ersatzprodukten noch zu vergrößern.



WEIßE LINIE

ENTWICKLUNG DER UMGESTELLTEN MENGEN IM SEGMENT WEIßE LINIE

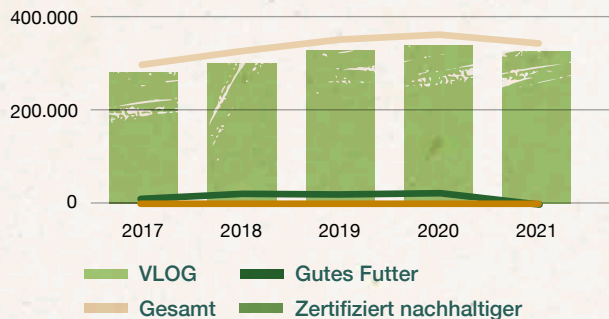


Abbildung 8: Entwicklung der umgestellten, abgenommenen Mengen der Netto-Eigenmarken im Segment „Weiße Linie“ in Tonnen nach zertifiziert nachhaltiger Fütterung, VLOG und „Gutes Futter“. Der Betrachtungszeitraum für 2021 war 01.07.2020 bis 30.06.2021.

LEGEHENNEN

STUFENWEISE UMSTELLUNG AUF EINE NACHHALTIGERE FÜTTERUNG DER LEGEHENNEN FÜR EIER AUS BODENHALTUNG „VOM LAND“ UND „EIN HERZ FÜR ERZEUGER“

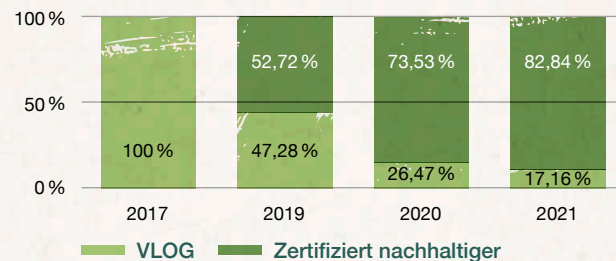


Abbildung 10: Auswertung der Daten über die Entwicklung der Anteile von VLOG und Nachhaltiger Fütterung 2018–2021.

GELBE LINIE

ENTWICKLUNG DER UMGESTELLTEN MENGEN IM SEGMENT GELBE LINIE

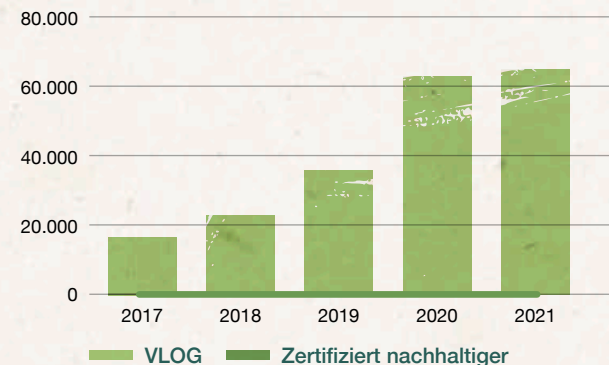


Abbildung 9: Entwicklung der umgestellten, abgenommenen Mengen der Netto-Eigenmarken im Segment „Gelbe Linie“ nach zertifiziert nachhaltiger Fütterung und VLOG in Tonnen. Der Betrachtungszeitraum für 2021 war 01.07.2020 bis 30.06.2021.

FLEISCH / WURST

SORTIMENTSZIELE FLEISCH/WURST

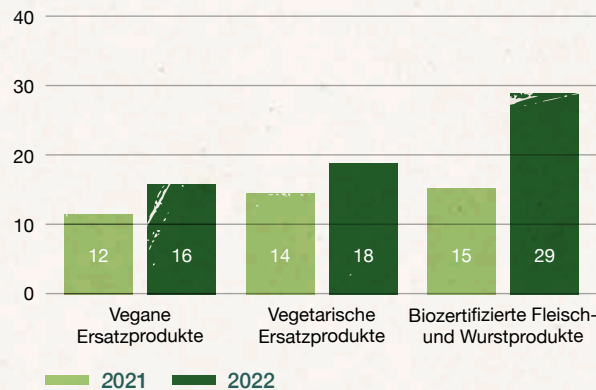


Abbildung 11: Anzahl der bio-zertifizierten Fleisch- und Wurstprodukte sowie vegetarischen und veganen Fleisch-/Wurstersatzprodukte, die sich zum Stichtag 30.06.2021 bzw. 2022 im Sortiment befanden.





2.5

KLIMA



7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE



12 NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION



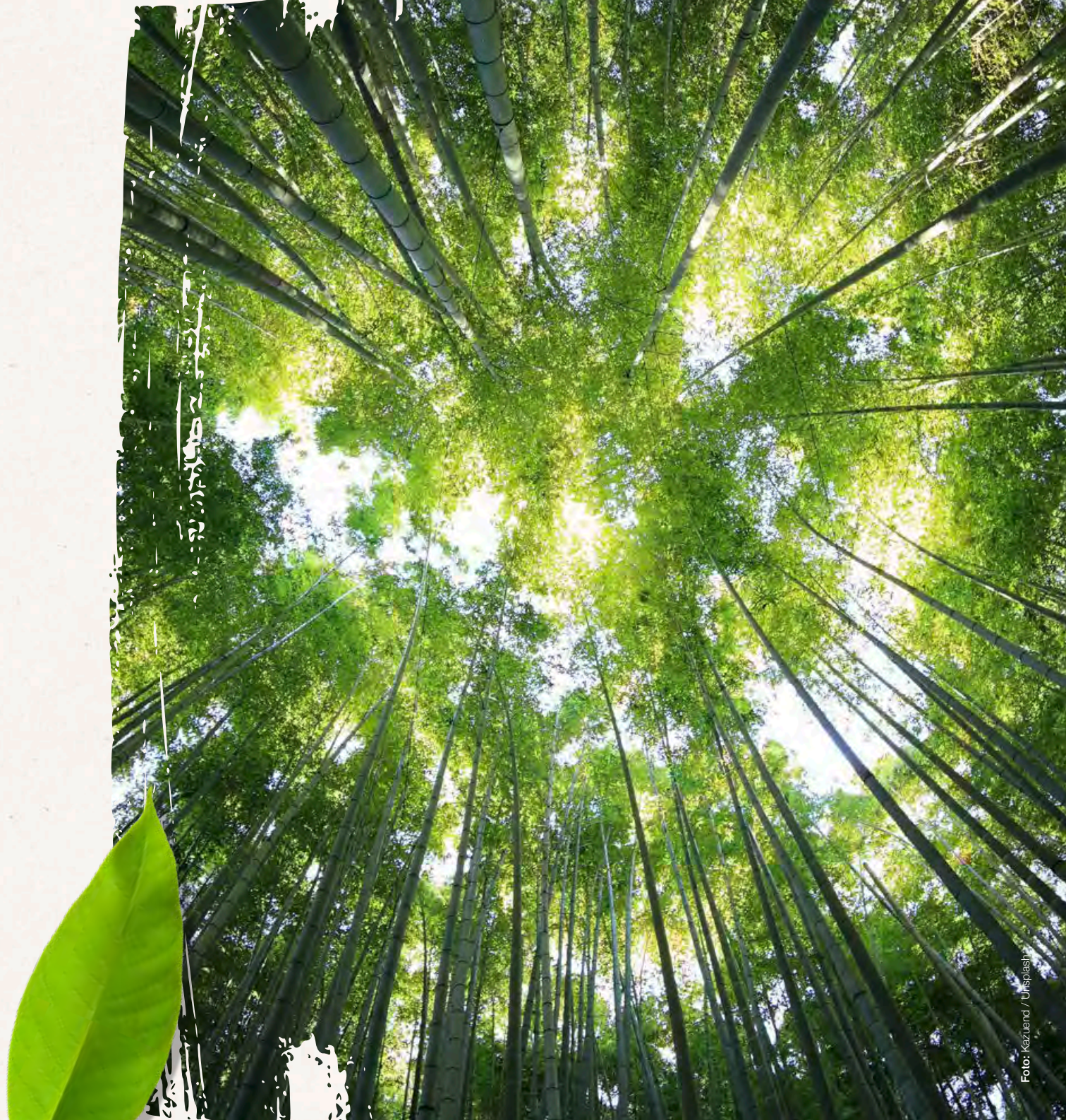
13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ



14 LEBEN UNTER WASSER



15 LEBEN AN LAND





DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL	BASELINE	STATUS 30.06.2022	
Reduktion der Scope 1+2-Treibhausgasemissionen um 12,6% bis zum Jahr 2020 und um 36,6% bis zum Jahr 2025 im Vergleich zum Basisjahr 2017	506.415 Tonnen CO ₂ e (Treibhausgasemissionen) (Status 2017)	Die Klimabilanzen 2017, 2018, 2019 und 2020 wurden erstellt und von einem externen Prüfer verifiziert. Die absoluten Scope 1+2-Treibhausgasemissionen gingen 2020 gegenüber 2017 um 24,48% zurück.	✓
Klimaschutz im Unternehmen			
Erstellung eines Klimaschutz-Maßnahmenfahrplans und Umsetzung in den Folgejahren		Auf Basis der Klimabilanzen 2017, 2018, 2019 und 2020 wurden Hotspots identifiziert und Maßnahmen umgesetzt.	✓
Flächendeckende Umrüstung auf LED-Beleuchtung und optimierte Lichtnutzung		Netto rüstet seine Standorte sukzessive um. Insgesamt sind nun nahezu 100% der Filialen mit LED-Beleuchtung ausgestattet.	✓
Bei Neuanschaffung ausschließlich Einsatz hocheffizienter Kälteanlagen und natürlicher Kältemittel und Forcierung dieser Umrüstung auch in den Bestandsfilialen		Insgesamt waren am Stichtag 31.12.2021 59% der Filialen mit modernen Tiefkühltruhen ausgestattet, im Bereich Normkälte waren es 69% der Filialen.	→
Optimierung von Logistikprozessen und Dienstreisen		Netto hat 98% seines Fuhrparks auf verbrauchsärmere Modelle umgestellt. Die verbleibenden elf Fahrzeuge der Schadstoffklasse 5 werden zeitnah ausgetauscht.	↗
Ableitung weiterer Maßnahmen aus dem Energiemanagement		Netto hat neben der Umrüstung auf LED-Beleuchtung weitere Energiemanagement-Maßnahmen umgesetzt, wie der Einsatz von intelligenten Stromzählern, die sowohl Betriebsprozesse optimieren wie auch Stromspitzen vermeiden. Generell folgt Netto bei allen Planungs- und Modernisierungsmaßnahmen dem Prinzip, Energieverbrauch zu reduzieren und Rebound-Effekte zu vermeiden.	✓
Klimaschutz im Sortiment			
Gründung der Climate Supplier Initiative (CSI) für gemeinsame Klimaschutzmaßnahmen in der Lieferkette mit Akteuren der Branche. Erstellung einer Roadmap bis zum 31.01.2019. Umsetzung der Roadmap in den Folgejahren.		Die CSI wurde im Mai 2021 gegründet. Die CSI gewinnt sukzessive weitere Lieferanten – 19 bisher. Lieferanten erhalten ein Klimahandbuch sowie kostenlose Webinare und nach Bedarf individuelle Beratung.	✓

.....
Tabelle 8: Überblick der Baselines sowie Zielerreichung zum 30.06.2022 im Themenfeld Klimaschutz.

Netto arbeitet seit 2015 an seinen Klimazielen, angefangen mit Energieaudits und der Erstellung und Verifizierung von Klimabilanzen bis hin zu Maßnahmen zu LED-Beleuchtung und nachhaltigen Kältemitteln. Im Jahr 2017 wurden neue Ziele für den Bereich Klimaschutz im Unternehmen und Sortiment vereinbart. Aktuell werden diese Ziele an die Anforderungen des Netto-Null-Ziels der Science Based Target initiative (SBTi) angepasst, der sich die EDEKA-Zentrale gemeinsam mit Netto und budni Anfang 2022 angeschlossen hat.²⁰ In der neuen Partnerschaftsphase wird weiterhin die Reduktion von Treibhausgas (THG)-Emissionen im Unternehmen priorisiert wie auch die Einbindung von Lieferanten, um Emissionen im Sortiment langfristig zu reduzieren.

KLIMABILANZ

Anhand der extern bestätigten Klimabilanzen konnte Netto nachweisen, dass die absoluten Scope 1+2-THG-Emissionen 2020 im Vergleich zu 2017 um 24,48 Prozent zurückgegangen sind. Die regelmäßigen Klimabilanzen erleichtern den Datenvergleich. So kann Netto die Hotspots, also die Haupttreiber schädlicher THG-Emissionen, besser erkennen und gegensteuern.

Besonders große Mengen direkter THG-Emissionen (Scope 1) entstehen bei der Verbrennung von Gas und Öl zur Wärmeerzeugung und durch die Nutzung von Dieselmotoren für den Warentransport. Hotspots bei den indirekten Emissionen sind die Beleuchtung und Kühlprozesse der Logistikstandorte und Filialen.

Mehr Energieeffizienz und höhere CO₂e-Einsparungen sind zentrale Anliegen des Umweltmanagements bei Netto. Der Energieverbrauch für Kühlung und Beleuchtung soll kontinuierlich sinken. So hat Netto nahezu 100 Prozent seiner Standorte auf LED-Beleuchtung umgestellt. Insgesamt 59 Prozent der Filialen hatten ihre Kältetechnik bis zum 31.12.2021 auf moderne Tiefkühltruhen umgerüstet (im Vorjahr 56 Prozent). Im Bereich Normalkälte waren es 69 Prozent der Filialen (Vorjahr: 60 Prozent). Bis 2020 wurden die kältemittelbedingten Emissionen gegenüber 2017 um 56,42 Prozent reduziert.

Auch der Verbrauch von Gas und Heizöl für Filialen, Logistikstandorte und Verwaltungsgebäude sowie der Kraftstoffverbrauch der Fahrzeugflotte sollen weiter zurückgehen. Zwei Logistikstandorte heizen aktuell noch mit Öl, alle anderen nutzen emissionsärmeres Erdgas.

SCOPE-1+2-TREIBHAUSGASEMISSIONEN IN TONNEN CO₂E

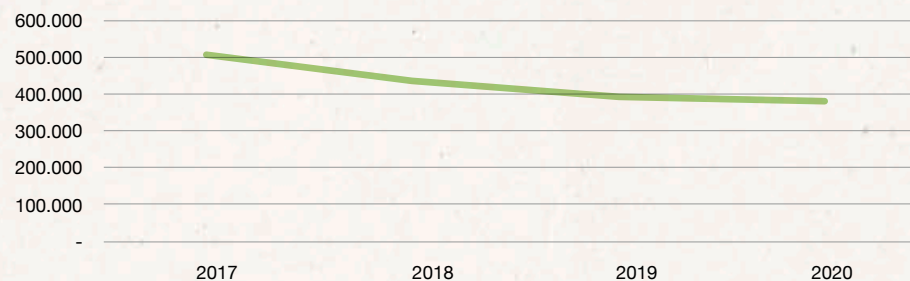


Abbildung 12: Entwicklung der absoluten Scope-1+2-THG-Emissionen 2017–2020 bei Netto.

LOGISTIK

Die Optimierung von Logistikprozessen ist ein weiterer Baustein des Nachhaltigkeitsengagements. Netto modernisiert deshalb den eigenen Fuhrpark weiter und hat 98 Prozent seines Fuhrparks auf verbrauchsärmere Modelle umgestellt. Die verbleibenden elf Fahrzeuge der Schadstoffklasse 5 werden zeitnah ausgetauscht.

Durch Modernisierungsmaßnahmen wie Dachspoiler, moderne Fahrprogramme sowie den Einsatz verbrauchsärmerer Modelle lassen sich pro 100 Kilometer durchschnittlich 1,5 Liter Diesel einsparen. Für Netto bedeutet das in Summe eine zusätzliche jährliche Ersparnis von mehr als 57.000 Liter Dieselmotoren, was in etwa 150 Tonnen CO₂e entspricht.

Bei der Anschaffung neuer Fahrzeuge achtet Netto – neben Verbrauchswerten und THG-Emissionen – auch auf Aspekte wie Geräuschreduktion und Sicherheit. So gehören beispielsweise Abbiegeassistenten seit 2019 zum Standard. Weiterhin wurde ein Pilotprojekt umgesetzt, in dem ein Kühlaggregat auf einem der Lkws installiert wurde, das elektrisch betrieben wird statt mit Diesel. Dieser Kreislauf schafft ein vollständig autonomes System, das weder direkte CO₂e- noch Partikelemissionen erzeugt. Außerdem wurde 2020 ein voll-elektrischer Lkw für den Warentransport und die -anlieferung getestet.

²⁰ Die SBTi unterstützt Unternehmen bei der Formulierung und Validierung von Klimazielen, die in Einklang mit aktuellen klimawissenschaftlichen Erkenntnissen stehen. Dabei ist das Science-Based Target ein validiertes Klimaziel, das dem Bestreben des Pariser Klimaabkommens folgt, die Erderwärmung auf 1,5 Grad zu begrenzen. Im Februar 2022 ist Netto, vertreten durch das Mutterunternehmen, der Initiative beigetreten und hat sich den Anforderungen des Netto-Null-Ziele-Standards der SBTi verpflichtet.

INITIATIVEN FÜR GEMEINSAMEN KLIMASCHUTZ IM SORTIMENT

Im Mai 2021 haben die Partner die Climate Supplier Initiative (CSI) offiziell gegründet. 19 Lieferanten sind bisher beigetreten. Die CSI bietet den Mitgliedern ein kostenloses Klimahandbuch sowie Webinare, Newsletter und nach Bedarf individuelle Beratung. Mit der Mitgliedschaft in der CSI bekennen sich die teilnehmenden Unternehmen zu ihrer Verantwortung für die Reduktion der Scope 1- und Scope 2-Emissionen. Darüber hinaus entwickeln sie Programme und Maßnahmen für die Reduktion der eigenen Scope 3-Emissionen und setzen diese um. Durch die Zusammenarbeit in der Initiative wird Klimaschutz in der Lieferkette systematisch verankert: auf der Farmebene, in der Produktion, beim Transport, aber auch bei Verpackungen.



DER STROM WIRD IMMER GRÜNER

Die EDEKA Versorgungsgesellschaft mbH (EVG) versorgt große Teile der Netto-Filialen und Logistikstandorte mit Strom und Erdgas. Der bezogene Strommix enthält im Bundesvergleich höhere Anteile von Strom aus erneuerbaren Energien und weniger aus fossilen Energieträgern und Kernkraft. Dadurch ist der spezifische Emissionsfaktor geringer als im Bundesdurchschnitt. Im Jahr 2020 lag er im deutschen Strommix bei 375 Gramm CO₂e pro Kilowattstunde (Quelle: Umweltbundesamt²⁰), während der versorgerspezifische Emissionsfaktor der EVG mit nur 200 Gramm CO₂e pro Kilowattstunde 46,7 Prozent unter diesem Durchschnittswert lag. Strom verursacht einen Großteil der THG-Emissionen. Weil die CO₂e-Intensität des bezogenen Produktes eine entscheidende Rolle für die Erreichung der Klimaziele spielt, planen Netto und die EVG, den Bezug von klimafreundlichem Grünstrom aus erneuerbaren Energiequellen noch weiter auszubauen.

ENTWICKLUNG DER BUNDESWEITEN UND EVG-SPEZIFISCHEN EMISSIONSFAKTOREN DES STROMMIX (GRAMM CO₂e PRO KILOWATTSTUNDE)

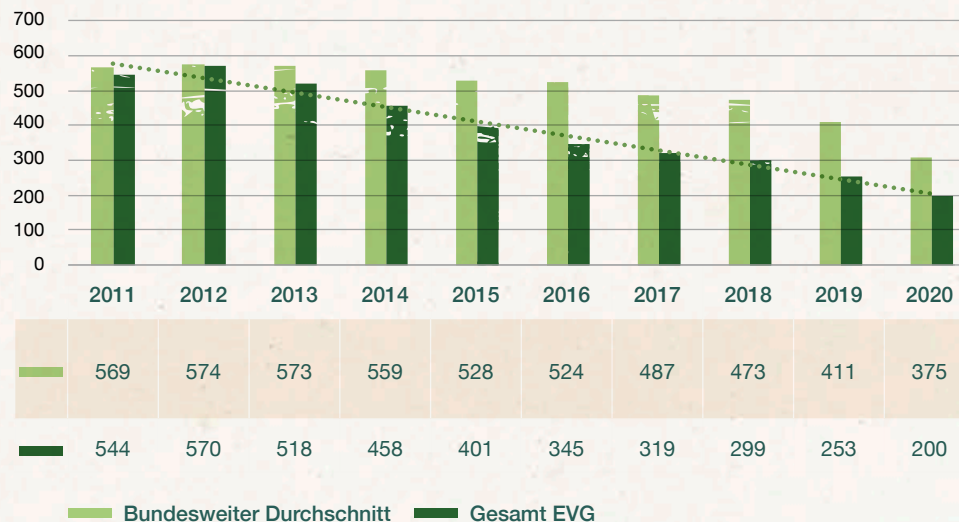


Abbildung 13: Entwicklung der bundesweiten EVG-spezifischen Emissionsfaktoren im Strommix (Gramm CO₂e pro Kilowattstunde)²².

²¹ Quelle: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/klima-energie/energieversorgung/strom-waermeversorgung-in-zahlen#Strommix>

²² Ebd.



2.6

SÜSSWASSER





DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK



TEILZIEL	BASELINE	STATUS 30.06.2022
Transparenz und Reduktion von Wasserrisiken in Flussgebieten und auf Farmebene		
Risikotransparenz Erhöhung des Anteils der im WRT erfassten Absatzmengen (kg) an Gesamtabsatzmengen (kg) des Fruchtkontors aus Risikoländern	9,82 % (Status zum 30.06.2019)	Innerhalb der letzten drei Jahre konnte die Risikotransparenz auf 77,29 % gesteigert werden. Das bedeutet, dass mehr als drei Viertel der Gesamtabsatzmengen (in kg) der Eigenmarkenlieferanten von Obst und Gemüse im WRT erfasst sind. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Risikotransparenz um einen Prozentpunkt gesunken. 
Risikoreduktion Erhöhung des Anteils der im WRT erfassten Absatzmenge (kg), gewichtet nach der vollständigen Nachweiserbringung aller Farmen eines Lieferanten an der Gesamtabsatzmenge (kg) der Eigenmarkenlieferanten des Fruchtkontors aus Risikoländern gemäß WWF-Länderliste	2,23 % (Status zum 30.06.2019)	Innerhalb der letzten drei Jahre konnte die Risikoreduktion auf 14,41 % gesteigert werden, dies stellt im Vergleich zu 2021 eine Steigerung von 2,19 % dar. Insbesondere Lieferanten mit einem mittleren Risiko konnten dieses bereits durch verpflichtende GlobalG.A.P. Zertifizierungen reduzieren. Allerdings sind über die Hälfte der im E-WRT erfassten Lieferanten mit einem hohen bis sehr hohen Wasserrisiko bewertet. Für eine Risikoreduktion lagen für den Großteil dieser Farmen und Lieferanten keine ausreichenden Nachweise (z. B. AWS oder vergleichbare Maßnahmen) vor. Für die neue Partnerschaftsphase werden die empfohlenen Maßnahmen zur Risikoreduktion noch einmal überarbeitet. 

Tabelle 9: Überblick der Baselines sowie Zielerreichung zum 30.06.2022 im Themenfeld Süßwasser.





DIE ZIELERREICHUNG IM ÜBERBLICK

TEILZIEL

STATUS 30.06.2022

Internes Wassermanagement und Implementierung von Alliance for Water Stewardship (AWS)

Aktualisierung des Water Risk Filters	Die Datengrundlage des Water Risk Filters wird jährlich aktualisiert.	✓
Ausweitung des internen Wassermanagements auf weitere Produktgruppen	Mittlerweile sind 14 Lieferanten für Import-Konserven und -Trockenfrüchte mit 90 Farmen im Tool enthalten.	✓
Zur Unterstützung bei der Wasserrisikoreduktion bei ausgewählten Lieferanten baut EDEKA mit Unterstützung des WWF ein spezielles Arbeitsprogramm auf.	Das EDEKA Water Partners Program ist abgestimmt und befindet sich in der Umsetzungsphase.	✓
Implementierung des internen Wassermanagementsystems im Fruchtkontor	Das WRT ist fertiggestellt und erfolgreich getestet.	✓
Entwicklung einer Monitoringstruktur für das Wassermanagementsystem	Das Monitoringverfahren wurde entwickelt und über die Jahre etabliert.	✓
AWS-Implementierung mit Pilotproduzent in Spanien	Ein Pilotproduzent für Zitrusfrüchte in Spanien hat eine AWS-Zertifizierung mit Gold-Status erreicht.	✓
Erarbeitung des Leitfadens „Water Stewardship im LEH“	Im August 2018 wurde der Leitfaden veröffentlicht.	✓
Abschluss Pilotphase des internen Wassermanagementsystems	Das WRT ist fertiggestellt und wurde mit einem Pilotlieferanten erfolgreich getestet.	✓

Reduktion von Wasserrisiken in Projekten

Gemeinsames Projekt für bessere Orangen und Mandarinen: AWS in Spanien	Insgesamt wird mit 19 Farmen von sechs Lieferanten in Andalusien, Katalonien und Valencia kooperiert. Die Farmen orientieren sich neben Maßnahmen zur Biodiversitätsförderung, Bewässerungseffizienz und Pestizidreduktion an den Kriterien des AWS-Standards. Insgesamt wurden im Jahr 2021 1.668 Millionen Liter Wasser im Vergleich zu den zugeteilten Konzessionen eingespart. (Für weitere Informationen zum Zitrusprojekt siehe Kapitel 3.1.)	✓
--	---	---

.....
Tabelle 9: Überblick der Baselines sowie Zielerreichung zum 30.06.2022 im Themenfeld Süßwasser.



ALLIANCE FOR WATER STEWARDSHIP ALS HEBEL

Wasser ist die Grundlage allen Lebens, unseres Wohlergehens und wirtschaftlichen Wohlstands und auch der planetaren Gesundheit. Obwohl nur etwa 2,5 Prozent der globalen Süßwasservorräte für den Menschen überhaupt zugänglich sind, ist die Lebensmittelproduktion für die Entnahme von rund 70 Prozent des Süßwassers verantwortlich.²³ Netto²⁴ und WWF setzen sich gemeinsam mit Lieferanten dafür ein, Wasser einzusparen, die Qualität zu verbessern und Süßwasser-Ökosysteme zu schützen. Dabei baut das Wassermanagementsystem auf dem Konzept des Water Stewardship auf. Der Water-Stewardship-Ansatz trägt bei

- zum Schutz und zur Wiederherstellung wasserbezogener Ökosysteme,
- zur Verbesserung der Wasserqualität,
- zur Reduktion des Wasserverbrauchs,
- zur Sicherstellung der Trinkwasser- und Sanitärversorgung und
- zur Stärkung eines nachhaltigeren Wasserressourcenmanagements in den Flussgebieten.

Nachhaltige Wassermanagementpraktiken machen widerstandsfähig gegen den Klimawandel, denn neben dem sparsamen Einsatz sowohl von Wasserressourcen als auch von Pflanzenschutzmitteln werden die Interessen, Bedürfnisse und Risiken aller Wassernutzer:innen innerhalb dieses Flussgebiets betrachtet.

²³ Quelle: <https://livingplanet.panda.org/>

²⁴ Vertreten durch das Mutterunternehmen EDEKA.



ERREICHTES

Seit der Fertigstellung des webbasierten WRT im Frühjahr 2018 werden Wasserrisiken in den Lieferketten systematisch erfasst und Gegenmaßnahmen erarbeitet. Seit der Einführung sind mehr als 75 Prozent aller Frucht- und Gemüselieferanten von Netto im Tool erfasst. Mittlerweile werden auch andere Produktlieferanten, wie zum Beispiel aus dem Bereich Konserven- und Trockenfruchtwaren, im WRT aufgenommen. Inzwischen sind insgesamt mehr als 15.800 Farmen im WRT erfasst. Die Risikotransparenz ist von etwa 78 Prozent (2021) auf 77 Prozent (2022) leicht gesunken. Somit sind mehr als drei Viertel der Gesamtabsatzmengen (in kg) der Eigenmarkenlieferanten von Obst und Gemüse aus Wasserrisikoländern im WRT enthalten. Als Risikoländer gelten die Länder, die auf einer Skala von 1 (geringes Risiko) bis 5 (sehr hohes Risiko) eine Risikobewertung über 3,0 erhalten. Dazu zählen beispielsweise Italien, Spanien und Peru. Für 14,41 Prozent der Absatzmengen (in kg) liegen bereits vollständige Nachweise vor. Das bedeutet, dass Lieferanten und Erzeuger:innen entsprechende Zertifizierungen zur Risikoreduktion vollständig erbracht haben. Die empfohlenen Maßnahmen hängen vom Risikowert ab – je nach Gesamtrisiko müssen bestimmte Trainings oder Zertifizierungen erfolgreich abgeschlossen und entsprechend nachgewiesen werden. Farmen mit einem niedrigen bis mäßigen Risiko benötigen eine Global-G.A.P.-Zertifizierung, die ohnehin verpflichtend für alle Obst- und Gemüselieferanten ist. Bei einem hohen bis sehr hohen Wasserrisiko werden jedoch Trainings oder Zertifikate von der Alliance for Water Stewardship (AWS) für die jeweiligen Farmen empfohlen. Bei der AWS ist Netto²³ nicht nur Funding Partner, sondern führt zusammen mit dem WWF seit 2016 auch eine trilaterale Partnerschaft und engagiert sich in der AWS-Arbeitsgruppe zu landwirtschaftlichen Lieferketten. Für die zukünftige Partnerschaftsphase können Farmen mit einem hohen Risiko eine GlobalG.A.P.-Spring-Zertifizierung vorweisen. Mehr als 1.400 Farmen sind bereits mit dem Zusatzzertifikat GlobalG.A.P Spring ausgezeichnet. Farmen, die mit dem GlobalG.A.P Spring Add-On zertifiziert sind, führen zusätzliche Maßnahmen zur Optimierung des Bewässerungsmanagements durch. Die Zertifizierung berücksichtigt im Gegensatz zur AWS jedoch nur im geringen Maße die Bedingungen im jeweiligen Flussgebiet sowie eine Zusammenarbeit mit anderen Stakeholdern.

PROJEKTE

Darüber hinaus läuft seit 2015 das erfolgreiche Pilotprojekt „Gemeinsames Projekt für bessere Orangen und Mandarinen“, das durch den nachhaltigeren Anbau von Zitrusfrüchten zur Reduktion von Wasserrisiken, zur Förderung der Artenvielfalt und zur Bodenfruchtbarkeit beiträgt. Die Farmen werden vor Projektaufnahme auf ihre legale Wassernutzung überprüft, um Wasserrisiken durch illegale Wasserentnahmen zu vermeiden. Des Weiteren werden Wassereinsparungsziele vereinbart, die teilweise über die staatlichen Bewässerungsvorgaben hinausgehen und ebenfalls einen prognostizierten Rückgang der Wasserverfügbarkeit durch den Klimawandel berücksichtigen. Die vorhandenen Wassersysteme der Farmen werden effizienter gestaltet, indem beispielsweise Bodenfeuchtigkeitssonden installiert werden und die Bewässerung an die jeweilige Bodenstruktur angepasst wird. Im Sinne des Water-Stewardship-Ansatzes werden kollektive Aktionen durchgeführt, z. B. Workshops und Dialogmöglichkeiten sowie Angebote zur Bewusstseinsbildung, zur Wissensvermittlung und zum Wissensaustausch. (Für weitere Informationen zum Zitrusprojekt siehe Kapitel 3.1.)



AUSBLICK

Analog zum Water-Stewardship-Programm baut das Mutterunternehmen von Netto aktuell in Kooperation mit dem WWF ein Biodiversitätsprogramm auf. Dabei ist das Ziel der neuen Partnerschaftsphase, dass die möglichen Süßwasser- und Biodiversitätsrisiken und -chancen im Sortiment identifiziert werden, indem die Nutzung des WRT sukzessive auf weitere Lieferanten (inkl. Netto-Lieferanten) ausgeweitet und um Biodiversitätskriterien bereichert wird. Außerdem sollen Lieferanten die empfohlenen Maßnahmen, basierend auf ihrem Gesamtrisiko, kontinuierlich umsetzen, wofür eine vertraglich verpflichtende Grundlage geschaffen werden soll. Darüber hinaus wird beabsichtigt, weitere Water-Stewardship-Projekte in Wasserisiko-Hotspot-Regionen umzusetzen.

KEY PERFORMANCE INDICATORS:

Risikotransparenz

Anteil der im WRT erfassten Absatzmengen (kg) an der Gesamtabsatzmenge (kg) der Eigenmarken des Fruchtkontors aus kritischen Ländern gemäß WWF-Länderliste (Risikotransparenz).

Risikoreduktion

Anteil der im WRT erfassten Absatzmengen (kg), gewichtet nach der vollständigen Nachweiserbringung aller Farmen eines Lieferanten, an der Gesamtabsatzmenge (kg) der Eigenmarkenlieferanten des Fruchtkontors aus Risikoländern gemäß WWF-Länderliste.

Anteil erfasst an Gesamtanzahl der Lieferanten

Anteil der im WRT erfassten Lieferanten im Verhältnis zur Gesamtanzahl der Fruchtkontor-Eigenmarkenlieferanten aus kritischen Ländern gemäß WWF-Länderliste.

SÜSSWASSER-MONITORING NETTO

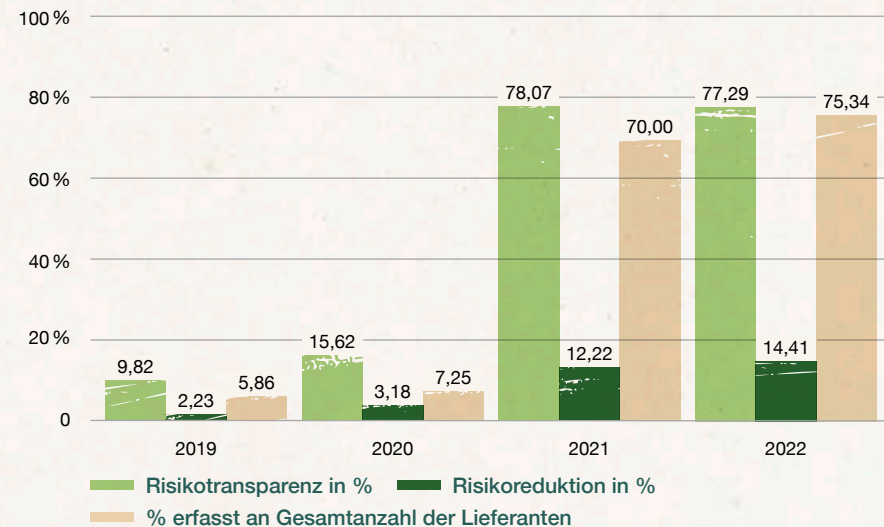


Abbildung 14: Ergebnisse aus dem Süßwasser-Monitoring 2022 im Vergleich zu den Vorjahren.



2.7

VERPACKUNG





ERREICHTES

TEILZIEL	BASELINE	STATUS 30.06.2022	
Zielvereinbarungen zu verpackungsrelevanten Bestandteilen sowie Kostenartikeln			
Einsatz von mindestens 25 % Recyclingmaterial im Bereich Getränkeflasche (Einweg bepfandet)	0,92 % (Status zum 30.06.2020)	Der Anteil von recyceltem Polyethylenterephthalat (rPET) an der Gesamtmenge von 16.501,19 Tonnen PET beträgt 25,58 % bei 103 relevanten Artikeln. Diesen gilt es künftig weiter in einem sinnvollen Maße zu erhöhen.	✓
Einsatz von mindestens 30 % Recyclingmaterial im Bereich Drogerie/ Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel	0 % Anteil rPET (Status zum 30.06.2019)	Der Anteil rPET an der Gesamtmenge von 407,04 Tonnen PET beträgt 64,18 % bei 22 relevanten Artikeln. Diesen gilt es künftig weiter in einem sinnvollen Maß zu erhöhen. Ziel ist es außerdem, den Anteil an Recyclingmaterial, der aus der Gemischtsammlung der haushaltsnahen Erfassung kommt, zu steigern.	✓
Vermeidung bzw. Reduktion von Aluminium in ausgewählten Produktgruppen	Getränkekartons 4,82 % Schokolade 16,34 % Gesamt 5,47 % (Status zum 30.06.2019)	Der Aluminiumanteil liegt bei insgesamt 105 relevanten Artikeln bei 3,58 % und ist damit im Vergleich zum Vorjahr um 1,58 Prozentpunkte gesunken.	✓
Vermeidung von PVC in ausgewählten Produktgruppen	161 Artikel (Status zum 30.06.2019)	Im Jahr 2021 wurden 57 Artikel mit PVC-Anteilen in den relevanten Artikelgruppen erfasst. Die konsequente Vermeidung von PVC/PVDC-haltigen Verpackungen sollte weiter forciert werden.	✓
Reduktion des Verbrauchs von Einweg-Tragetaschen um mindestens 30 %	pro Quadratmeter Verkaufsfläche: 22,43 Stück Materialmenge pro m ² Verkaufsfläche: 0,77 kg (Status 2017)	Der Einweg-Tragetaschenverbrauch pro Quadratmeter ist im Verhältnis zum Vorjahr um 2,98 % und im Vergleich zum Basisjahr 2017 um 17,59 % gesunken. Die gesamte Stückzahl liegt bei 62,71 Millionen Taschen bei einem gesamten Rohstoffverbrauch von 2.472,10 Tonnen. Die Senkung des Tragetaschenverbrauchs sollte weiter forciert werden.	✗
Reduktion des Verbrauchs von Knotenbeuteln um mindestens 30 %	92 Knotenbeutel pro m ² Verkaufsfläche (Status 2017)	Der Knotenbeutelverbrauch pro Quadratmeter ist im Verhältnis zum Vorjahr um 11,46 % und im Vergleich zum Basisjahr 2017 um 40,56 % zurückgegangen. Die gesamte Stückzahl liegt bei 185,21 Millionen Taschen bei einem gesamten Rohstoffverbrauch von 370,65 Tonnen. Die Senkung des Knotenbeutelverbrauchs sollte weiter forciert werden.	✓
Verpackungsvermeidung bzw. -optimierung im Bereich Obst und Gemüse	Die Lieferantenbefragung hat ergeben, dass zwei Verpackungen PS enthalten, keine Verpackung EPS enthält und 81 Verpackungen PVC/PVDC enthalten. ²⁵ Die Aufnahme weiterer relevanter Verpackungsaspekte wird empfohlen.		➔

Tabelle 10: Überblick der Baselines sowie Zielerreichung zum 30.06.2022 im Themenfeld Verpackung.

²⁵ Die Erhebung der Daten wurde nur bei Lieferanten durchgeführt, die im Vorjahr bereits den Einsatz von PS/EPS oder PVC/PVDC angegeben hatten. Es ist möglich, dass weitere Lieferanten, die 2020 die Materialien nicht eingesetzt haben und entsprechend nicht befragt wurden, diese Materialien einsetzen.



ERREICHTES

TEILZIEL

STATUS 30.06.2022

Optimierung von Verpackungen

Einschätzung der Recyclingfähigkeit und der ökologischen Vorteile bei Produktneueinführungen bzw. -optimierungen

Mehrere Einschätzungen mit den entsprechenden Handlungsempfehlungen sind erfolgt.



Zertifizierung der Rohstoffe biobasierter Kunststoffe

Derzeit befindet sich keine Verpackung aus biobasierten Kunststoffen im EM-Sortiment.



Information und Sensibilisierung

Erstellung von Informationen zu Verpackungen und Verpackungsmitteln für den Einzelhandel und Verbraucher:innen

Es gibt ein kontinuierliches Informationsangebot, z. B. durch Flyer am POS.



Tabelle 10: Überblick der Baselines sowie Zielerreichung zum 30.06.2022 im Themenfeld Verpackung.





DAS VORGEHEN IM THEMENFELD VERPACKUNG

Das Themenfeld Verpackung ist seit 2015 Bestandteil der strategischen Partnerschaft zwischen WWF und Netto. Oberste Priorität besitzt hierbei die Verpackungsvermeidung. Nicht vermeidbare Verpackungen sollen sinnvoll eingesetzt, reduziert und ressourcenschonend gestaltet sein. Der Einsatz von Mehrwegverpackungen und -systemen sowie von Recyclingmaterial soll, wo möglich und sinnvoll, forciert werden. Zudem soll an der recyclinggerechten Gestaltung der Eigenmarken gearbeitet werden. Um sich diesem Themenkomplex anzunähern, erfolgte zunächst eine Kategorisierung, Klassifizierung und anschließende Priorisierung von Arbeitsschwerpunkten. Darauf aufbauend wurden konkrete Zielvereinbarungen abgestimmt, u. a. hinsichtlich des Einsatzes von Recyclingmaterial in bestimmten Artikelgruppen, der Reduktion von Knotenbeuteln und Einweg-Tragetaschen sowie der Verpackungsoptimierung im Bereich Obst und Gemüse. Gleichzeitig wurde mit dem Aufbau eines Wissensmanagements begonnen mit dem Ziel, ein noch tieferes Verständnis von eingesetzten Ressourcen, dem Verpackungsaufbau und der tatsächlichen Nachgebrauchsphase von Verpackungen zu erlangen. Hierfür wurde u. a. ein Handbuch für die ökologische Gestaltung der Eigenmarkenverpackungen erarbeitet, das wertvolle Handlungsempfehlungen zur Verpackungsgestaltung aufzeigt. Nach Bedarf erfolgten Analysen, Einschätzungen und die inhaltliche Beratung hinsichtlich verpackungsrelevanter Fragestellungen seitens des WWF. Parallel wurden gemeinsam zielgruppenspezifische Informations- und Kommunikationsmaterialien erarbeitet und den Fruchtkontoren, dem Einzelhandel und den Endverbraucher:innen zur Verfügung gestellt.



Foto: Dedit Netto



DIE ZIELERREICHUNG

Viele der abgestimmten Zielvereinbarungen wurden innerhalb des abgestimmten Zeitraums erfüllt. So liegt beispielsweise der Anteil von PET-Recyclingmaterial über die gesamte eingesetzte Materialmenge im Bereich Drogerie/Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel heute bei 64,18 Prozent. Die angestrebte Reduktion des Knotenbeutelverbrauchs um mindestens 30 Prozent bis 2022 wurde sogar vorzeitig erreicht. Im Vergleich zum Basisjahr (2017) konnte ein Rückgang um 40,56 Prozent erzielt werden.

Gleichzeitig konnten einige Zielvereinbarungen nicht erreicht werden bzw. sind noch in Bearbeitung. Die angestrebte Reduktion des Einweg-Tragetaschenverbrauchs um mindestens 30 Prozent bis 2022 konnte beispielsweise nicht erzielt werden. Dieser ist im Vergleich zum Basisjahr 2017 lediglich um 17,59 Prozent gesunken. Im Bereich Obst und Gemüse haben sich die Partner zunächst darauf verständigt, dass die Eigenmarkenverpackungen von PVC auf PVC- bzw. PVDC-freie Alternativen umgestellt werden sollen. Außerdem ist eine Substitution von EPS vorgesehen. Aus Sicht des WWF sind diese Maßnahmen zwar wichtig, gehen aber nicht weit genug und sollten künftig erweitert werden.



DIE ZIELERREICHUNG

WAS NETTO ZUSÄTZLICH ERREICHT HAT

Über die eigentlichen Zielvereinbarungen hinaus wurden u. a. folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Ausgewählte Bio-Obst- und -Gemüsesorten sind seit längerer Zeit unverpackt im Angebot.
- Einwegdeckel sind bei vielen Eigenmarken-Milchprodukten weggefallen. Recyclingmaterial wurde in bestimmten Artikeln bzw. Artikelgruppen eingeführt bzw. forciert eingesetzt.
- An der recyclinggerechten Gestaltung der Eigenmarkenverpackungen sowie der Erhebung der Recyclingfähigkeit der Eigenmarken wird gearbeitet
- Durch ein eingeführtes Mehrweg-Dosenkonzept an Fleischtheken sollten eingesetzte Verpackungsmaterialien effektiv und möglichst lange genutzt werden. Leider musste das Konzept jedoch aufgrund der Corona-Pandemie eingestellt werden.
- Den erarbeiteten Trennhinweis zur sachgerechten Entsorgung von Eigenmarkenverpackungen in privaten Haushalten hat Netto auf fast das gesamte Sortiment ausgeweitet. Die leicht verständlichen Symbole zeigen Verbraucher:innen, wie die Verpackungen richtig zu trennen und zu entsorgen sind.
- Verbraucher:innen erhalten über diverse Medien- und Kommunikationskanäle Informationen zur Bedeutung und richtigen Nutzung von Entsorgungs- und Verwertungssystemen, um Beispiel im Rahmen der Initiative „Mülltrennung wirkt“. Mit Plakaten, Aufstellern und Schaukästen erhalten Kund:innen konkrete Tipps, wie Mülltrennung richtig funktioniert.



AUSBLICK

Wir verbrauchen zu viele Verpackungen und die Menge der zu entsorgenden Verpackungsabfälle steigt weiter an. Im Jahr 2019 fielen in Deutschland insgesamt 18,91 Millionen Tonnen Verpackungsabfall an, das sind 0,2 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.²⁶ Es bedarf dringend eines Umdenkens und Handelns, um den absoluten Ressourcenverbrauch und das Abfallaufkommen insgesamt zu verringern. Den Partnern Netto und WWF kommt hierbei aufgrund ihrer Größe und Stellung im Markt eine Schlüsselrolle zu. Dieses ist komplex und dynamisch, Pauschalösungen existieren oftmals nicht. Umso wichtiger ist ein strategisches Vorgehen mit klaren Zielen, Grundprinzipien und einer Maßnahmenableitung über die Breite des Sortiments. Grundlage hierfür bildet die Schaffung von Transparenz, indem relevante Verpackungsdaten generiert und systematisch erfasst werden. Diese Schritte werden Netto und WWF im Rahmen der nächsten Partnerschaftsperiode daher intensivieren.



²⁶ Quelle: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/verpackungsverbrauch-steigt-weiter-mehr-recycling>

PET-FLASCHEN BEI GETRÄNKEN (EINWEG)

FRISCH- UND REZYKLATMATERIAL IN BEPFANDETEN PET-EINWEG-GETRÄNKEVERPACKUNGEN

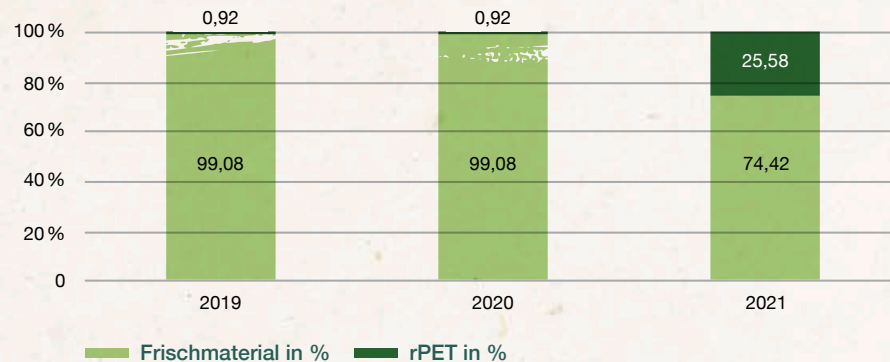


Abbildung 15: Anteile von Frisch- und Rezyklatmaterial in Tonnen in bepfandeten PET-Einweg-Getränkeflaschen im Netto-Eigenmarkensortiment von 2019 bis 2021.

ALUMINIUMANTEIL IN GETRÄNKEKARTONS UND SCHOKOLADEN-VERPACKUNGEN²⁷

ALUMINIUMANTEIL IN GEWICHTSPROZENT

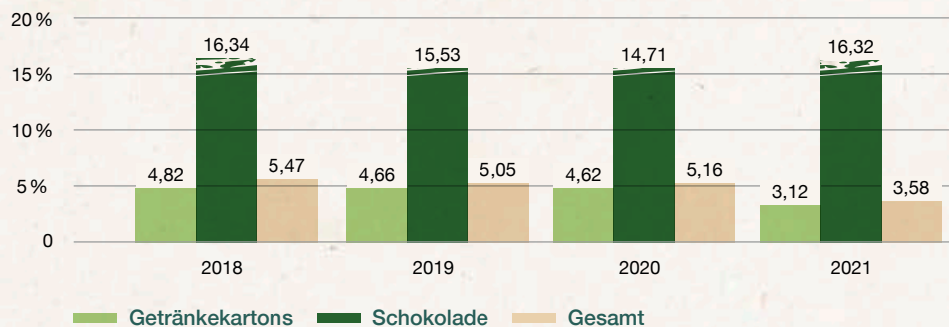


Abbildung 17: Prozentualer Anteil von Aluminium in ausgewählten Artikelgruppen im Eigenmarkensortiment in den Jahren 2018 bis 2021.

PET-FLASCHEN BEI WASCH-, PUTZ- UND REINIGUNGSMITTELN

FRISCH- UND REZYKLATMATERIAL IN VERPACKUNGEN VON PET-FLASCHEN IM WASCH-, PUTZ- UND REINIGUNGSMITTELSORTIMENT

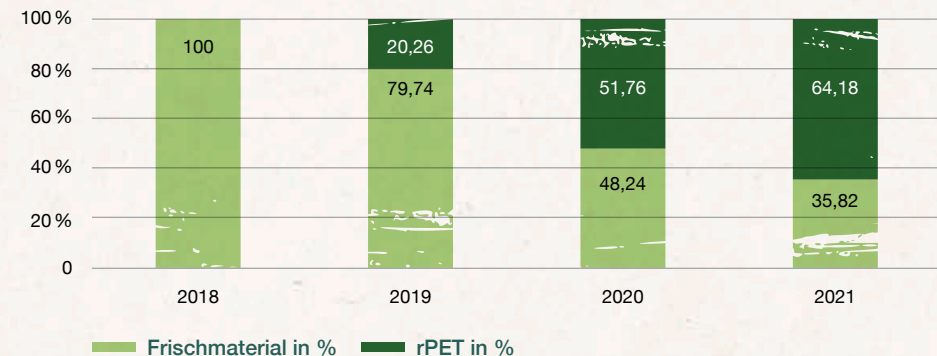


Abbildung 16: Anteile von Frisch- und Rezyklatmaterial in Tonnen bei PET-Flaschen im Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel-Eigenmarkensortiment in den Jahren 2018 bis 2021.

²⁷ Relevante Artikel für die Kategorie „Getränkekartons“ sind nach Zielvereinbarung: Molkereiprodukte: Milch- & Milchlischgetränke, pflanzliche Alternativen, Kondensmilch, H-Schlagsahne; alkoholfreie Getränke: fruchthaltige Getränke, Gemüsesäfte; alkoholische Getränke: Tafelwein, Sangria, Glühwein. Relevante Artikel für die Kategorie Schokolade sind nach Zielvereinbarung: (Tafel-)Schokoladen.



PVC- EINSATZ IN VERPACKUNGEN²⁸

ANZAHL VERPACKUNGEN MIT PVC IN AUSGEWÄHLTEN WARENGRUPPEN

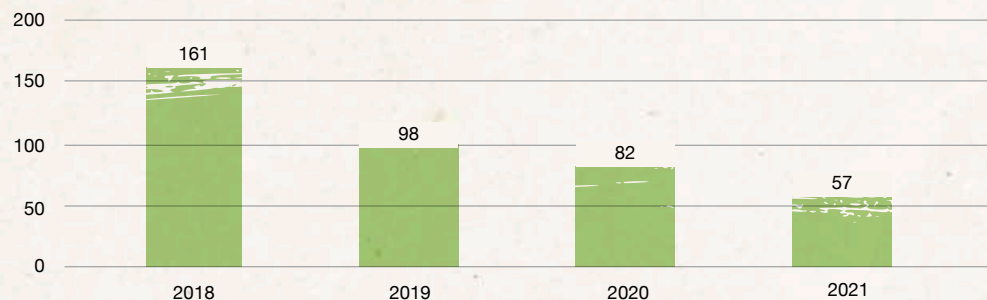


Abbildung 18: Kennzahlen zu PVC-Einsatz in ausgewählten Warengruppen im Netto-Eigenmarkensortiment in den Jahren 2018 bis 2021, bezogen auf die Sortimentslisten zum Stichtag 30.06. des jeweiligen Jahres.

ANZAHL ARTIKEL MIT PVC NACH WARENGRUPPEN

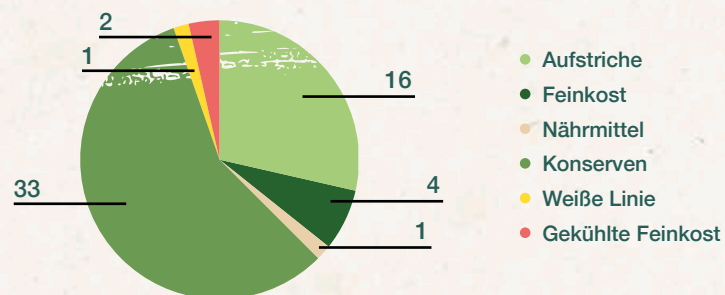


Abbildung 19: Anzahl relevanter Artikel mit PVC nach Warengruppen, bezogen auf die Sortimentsliste zum 30.06.2021.



²⁸ Relevante Artikel sind laut Zielvereinbarung: Schraubdeckel bei Glasverpackungen von Fisch, Fischmarinaden & sonstigen Fischerzeugnissen, Brühwurst, Obstkonserven, Gemüsekonserven, Sauerkonserven, Fischkonserven, Ketchup, Würz- und Feinkostsoßen, Mayonnaisen, Remouladen, Salatsoßen, (Kokos-)Ölen, Fruchtaufstrichen, Honig, Nuss- und Schokocreme und sonstigen Brotaufstrichen; Schrumpfkapseln bei alkoholischen Getränken in Glasflaschen (Wein, Sekt); Sleeves (Schrumpffolien) bei Milchmischgetränken, Smoothies, Trinkjoghurts, Fetten, Dressings, Eistee sowie Grünem Tee.



TRAGETASCHEN

STÜCKZAHL EINWEGTASCHEN PRO M² VERKAUFSFLÄCHE

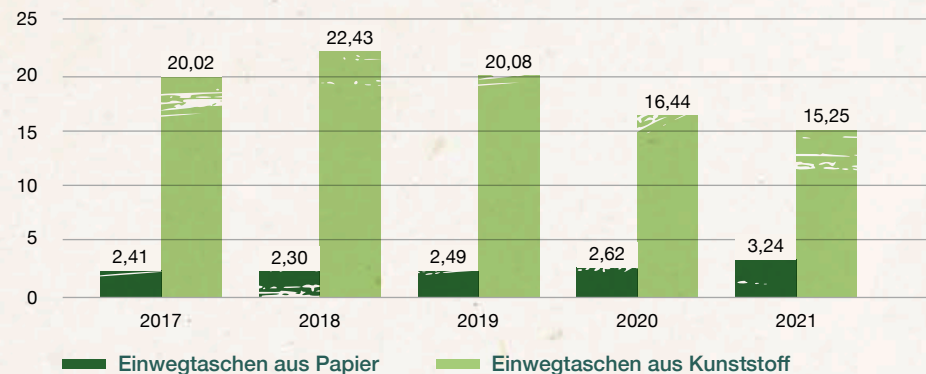


Abbildung 20: Stückzahl pro m² Verkaufsfläche in den Netto-Märkten 2017 bis 2021.

MATERIALMENGE IN KG PRO M² VERKAUFSFLÄCHE

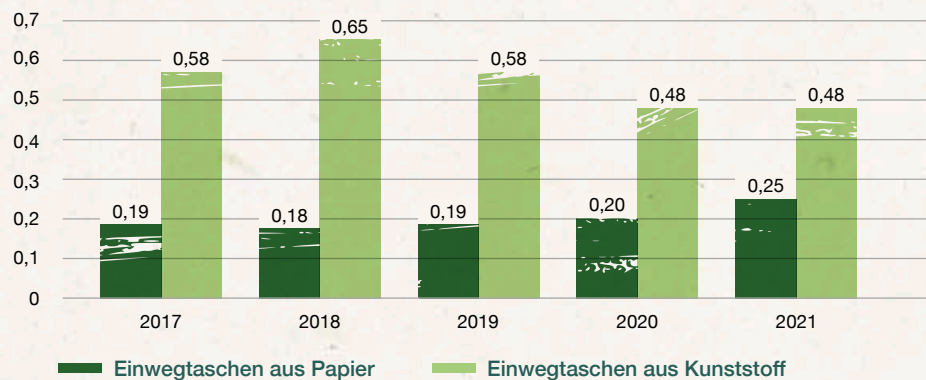


Abbildung 21: Materialmenge in kg pro m² Verkaufsfläche in den Netto-Märkten 2017 bis 2021.

KNOTENBEUTEL

STÜCKZAHL KNOTENBEUTEL PRO M² VERKAUFSFLÄCHE

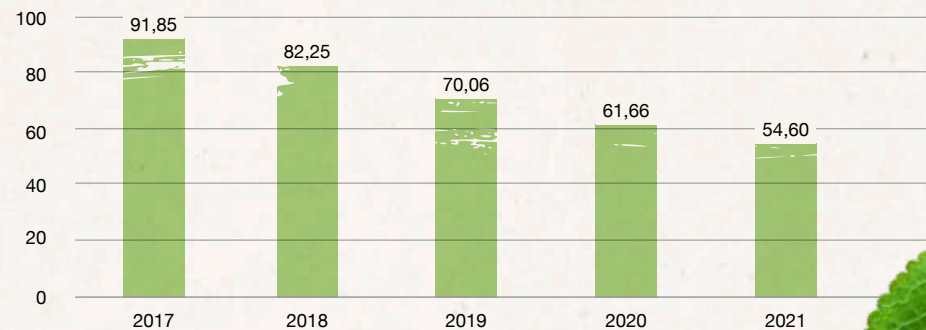


Abbildung 22: Stückzahl pro m² Verkaufsfläche in den Netto-Filialen von 2017 bis 2021.

MATERIALMENGE KNOTENBEUTEL IN KG PRO M² VERKAUFSFLÄCHE

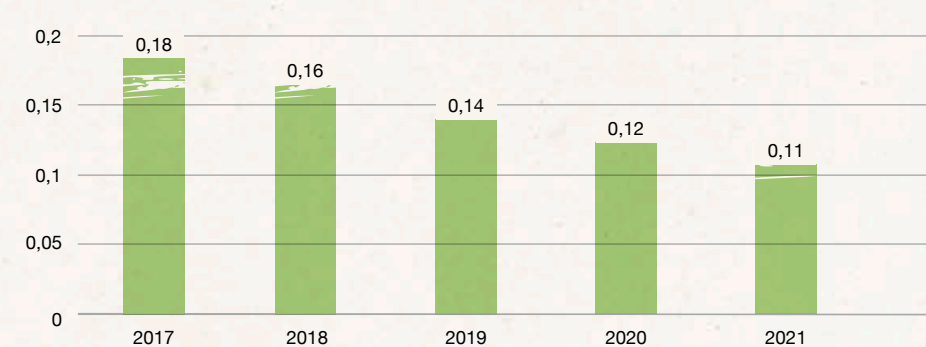


Abbildung 23: Materialmenge in kg pro m² Verkaufsfläche in den Netto-Filialen von 2017 bis 2021.





3

LAND- WIRTSCHAFTLICHE PROJEKTE





3.1

GEMEINSAMES PROJEKT FÜR BESSERE ORANGEN, MANDARINEN UND CLEMENTINEN



PROJEKTINFORMATIONEN

(STAND: JUNI 2022)

Projekt	Gemeinsames Projekt für bessere Orangen und Mandarinen und Clementinen
Anbauregionen	<ul style="list-style-type: none"> • Baseline 2016: Andalusien, Spanien • 2021: Andalusien, Valencia und Katalonien, Spanien
Projektziele	<p>Verbesserung der landwirtschaftlichen Praktiken in den folgenden Schwerpunkten:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Verantwortungsvollere Wassernutzung auf den Farmen und im Flussgebiet 2) Erhalt und Förderung der biologischen Vielfalt und Ökosysteme 3) Nachhaltigerer Pflanzenschutz 4) Weitere Maßnahmen der guten landwirtschaftlichen Praxis, insbesondere nachhaltigerer Düngemiteleinsatz und Förderung der Bodenfruchtbarkeit
Anzahl Projektfarmen	<p>Baseline 2016: 1 Projekt-Farm (1 Lieferant)</p> <p>2021: 19 Projektfarmen (6 Lieferanten)</p>
Anbaufläche	<p>Baseline 2016: 167 Hektar</p> <p>2021: 1.522 Hektar (davon 965 ha Orangen, 557 ha Mandarinen und Clementinen)</p>
Vermarktung	<p>Regionaler Pilot im Jahr 2017, seit 2018 Orangen und Mandarinen deutschlandweit bei Netto. 2021 erfolgte erstmals auch ein Angebot von Clementinen.</p>



Orangen, Mandarinen und Clementinen aus Spanien sind beliebt. Doch ihr Anbau hat unter anderem durch die intensive Bewässerung und den Einsatz von Pestiziden negative Folgen für die umliegenden Ökosysteme und die Flussgebiete. Ziel des gemeinsamen Projekts für bessere Orangen, Mandarinen und Clementinen ist es, den konventionellen Anbau der Früchte zu verbessern. Dabei werden auf den Projektflächen die Bewässerung an die bereits spürbaren Folgen des Klimawandels angepasst, der Einsatz von Agrochemikalien reduziert, Maßnahmen zur Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit umgesetzt sowie die Biodiversität auf den Anbauflächen gestärkt.



PROJEKTHINTERGRUND UND -ENTWICKLUNG

Das Zitrusprojekt hat das Ziel, auf ausgewählten Farmen in Spanien den konventionellen Anbau von Orangen, Mandarinen und Clementinen zu verbessern. Der konventionelle Anbau von Obst und Gemüse ist mit zahlreichen ökologischen Herausforderungen verbunden. Der Anbau in Monokulturen und der intensive Einsatz von Agrochemikalien beeinflussen Flora und Fauna negativ und führen zu einer verminderten Bodenfruchtbarkeit. In Spanien, dem EU-weit größten Exporteur von Obst und Gemüse, hat die weitläufige Nutzung von Wasser für die Bewässerung von Plantagen auch eine hohe ökologische Relevanz. Aufgrund der intensiven Landnutzung durch die Landwirtschaft steht die knappe Ressource Wasser den natürlichen Ökosystemen nicht mehr zur Verfügung, was nicht nur Schutzgebiete wie den Doñana-Nationalpark gefährdet.

Mit anfangs einer Pilotfarm wird seit 2015 in Andalusien im Flussgebiet des Guadalquivirs daran gearbeitet, den konventionellen Anbau von Orangen und Mandarinen zu verbessern. Nach der wiederholten Aufnahme weiterer Farmen desselben Lieferanten in Andalusien konnte in diesem Jahr das Projekt erfolgreich um fünf neue Lieferanten mit jeweils einer Farm in den beiden Regionen Valencia und Katalonien ausgeweitet werden. Damit erweitert sich die Arbeit des Zitrusprojekts neben dem Flussgebiet des Guadalquivirs auch auf die Flussgebiete des Ebro und des Júcar in Valencia/Katalonien. Außerdem erweitert sich das Angebot von Früchten um Clementinen.

Insgesamt umfasst das Projekt im Jahr 2021 eine Fläche von 1.522 Hektar, verteilt auf 19 Farmen, davon 14 in Andalusien und fünf in Valencia und Katalonien.

FORTSCHRITTE IM JAHR 2021

Bei der Ausweitung auf die neuen Lieferanten und Projektregionen im Jahr 2021 lag der Fokus auf den Ausbau des Angebots von früh verfügbaren Mandarinen und Clementinen aus nachhaltigerem konventionellem Anbau, um das Angebot im Verbund zu erweitern.

Die Übertragung der Projektziele und Projektmaßnahmen auf neue Lieferanten und Regionen hat zu guten Ergebnissen, aber auch neuen Herausforderungen geführt.

ENTWICKLUNG IM ZITRUSPROJEKT: ANBAUFLÄCHE FÜR ORANGEN UND MANDARINEN, ANZAHL FARMEN

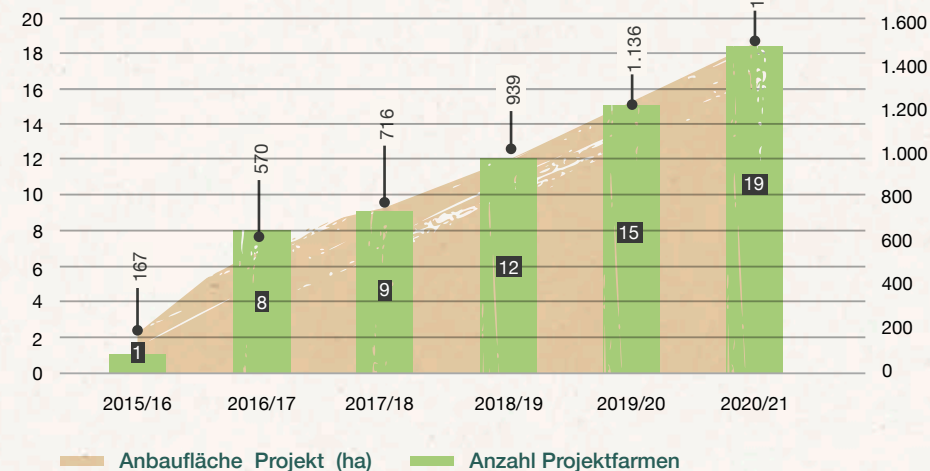


Abbildung 24: Entwicklung Anbaufläche im Projekt.



WASSERNUTZUNG

Insgesamt konnten durch die Projektmaßnahmen im Bereich Wasser über alle Farmen hinweg 1.668 Millionen Liter Wasser im Vergleich zu den zugeteilten Wasserkonzessionen eingespart werden und das, obwohl die Wasserrzuteilungen im Jahr 2021 aufgrund der Trockenheit bereits von den Behörden über alle Farmen hinweg um 1.670 Millionen Liter reduziert wurden.

Die Einsparungen werden durch eine effiziente Bewässerung erreicht, angefangen bei der regelmäßigen Wartung und Verbesserung der Systeme bis zum Einsatz von Bodenfeuchtigkeitssonden. Bodenanalysen und Wurzelstudien helfen dabei, die Bewässerung an die Gegebenheiten des Bodens und die Bedürfnisse der Bäume und Früchte anzupassen. Neben der farmindividuellen Wasserarbeit wird im Projekt auch nach dem Water-Stewardship-Ansatz gearbeitet. In diesem Jahr wurde kollektiv das Thema Solarenergie und Bewässerung bearbeitet. Die Installation von Solarpane-

len könnte es Landwirt:innen ermöglichen, unabhängig von den Energiepreisen zu bewässern, und dies mit selbst erzeugtem, grünem Strom.

Während in Andalusien intensive Trockenheit herrscht und die Einhaltung der Wasserkonzessionen und damit bereits die legale Wassernutzung für die Landwirt:innen eine große Herausforderung darstellt, sind die Bedingungen in Valencia und Katalonien andere. Auch hier wird Wasser eingespart, doch durch die klimatischen Bedingungen ist die Wasserverfügbarkeit weniger kritisch.

EINGESPARTES WASSER AUF PROJEKTFARMEN (IN MIO. LTR.)

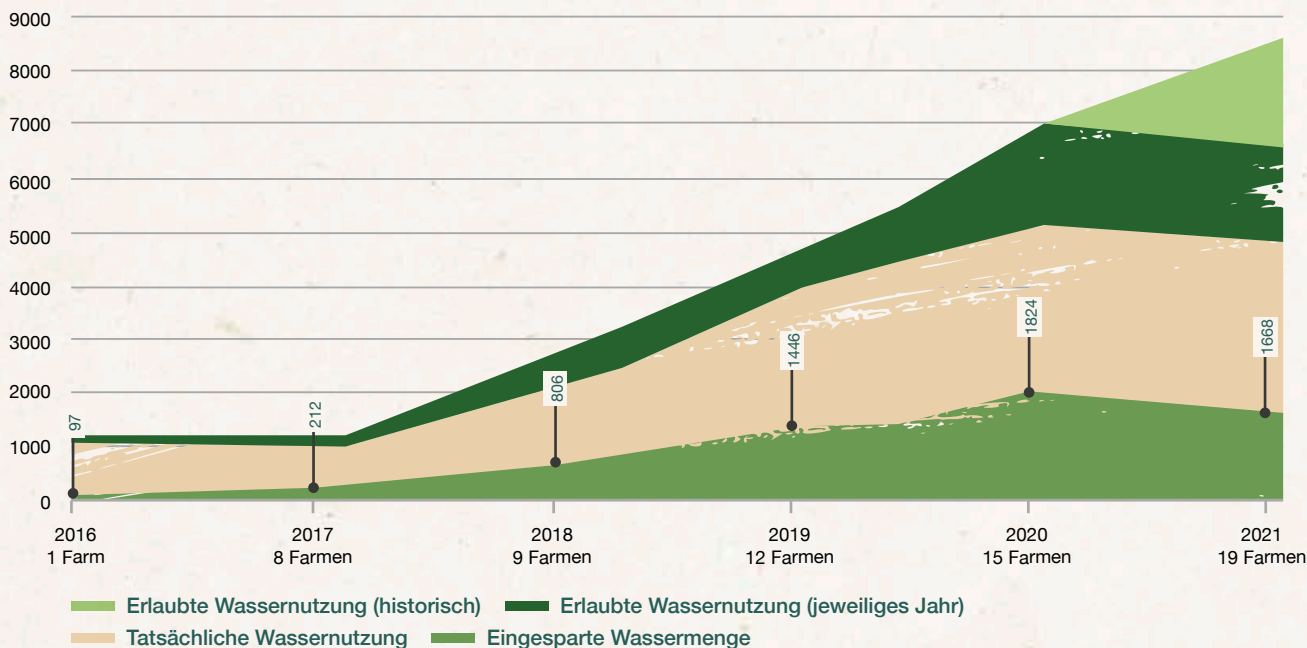


Abbildung 25: Wassereinsparung im Projektverlauf inklusive Kürzung der Wasserkonzession im Jahr 2021.



PESTIZIDE

Mit der Ausweitung auf die neuen Projektregionen sind auch bisher für das Projekt unbekannte Schädlinge auf Projektflächen aufgetreten, wie beispielsweise der Cottonet de les Valls (*Delottococcus aberiae*) – eine Schmierlaus, die bisher hauptsächlich in Südafrika vorkommt, dort durch natürliche Fressfeinde aber gut in Schach gehalten wird. Das stellt die Produzenten, aber auch das Projektteam vor neue Fragen. Auf einer betroffenen Farm konnten mithilfe der Projektexpert:innen bereits erfolgreich biologische Methoden der Schädlingskontrolle getestet werden. Der im Projekt zu befolgende Pestizidplan hat das Ziel, hochgefährliche Pestizide – wo möglich – zu ersetzen und auf weniger toxische Alternativen auszuweichen. Eingesetzt werden Pestizide nur bei Notwendigkeit und nicht, wie sonst noch oft üblich, präventiv. Dadurch wird die toxische Gesamtbelastung pro Hektar verringert. Auch in der neuen Projektregion hat sich der Pestizidplan als effektiv erwiesen. Durch die Maßnahmen wurden 10.600 kg/l Pestizide eingespart.

REDUKTION DER EINGESETZTEN PFLANZEN-SCHUTZMITTEL IN DEN PROJEKTFARMEN, NACH KATEGORIE, 2016-2021 (MENGE AKTIVE WIRKSTOFFE (KG/L) PRO HA) 19 PROJEKTFARMEN

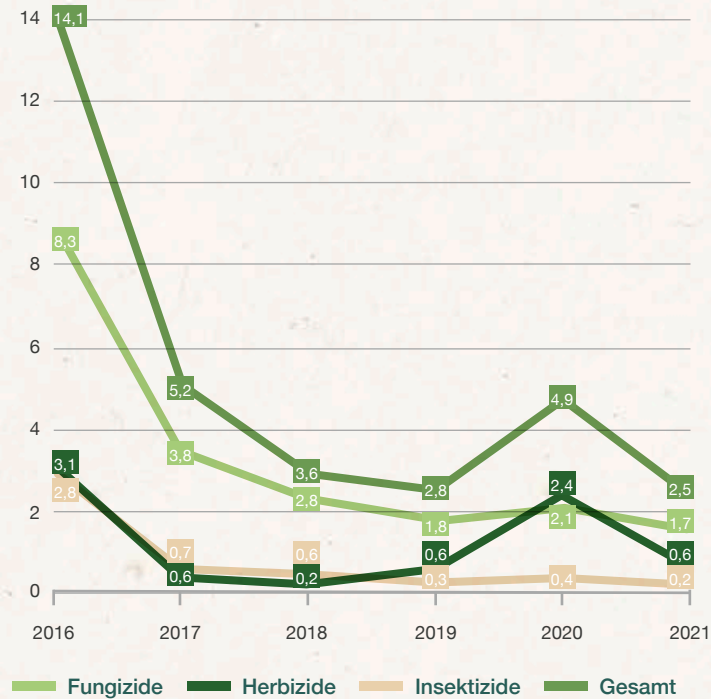
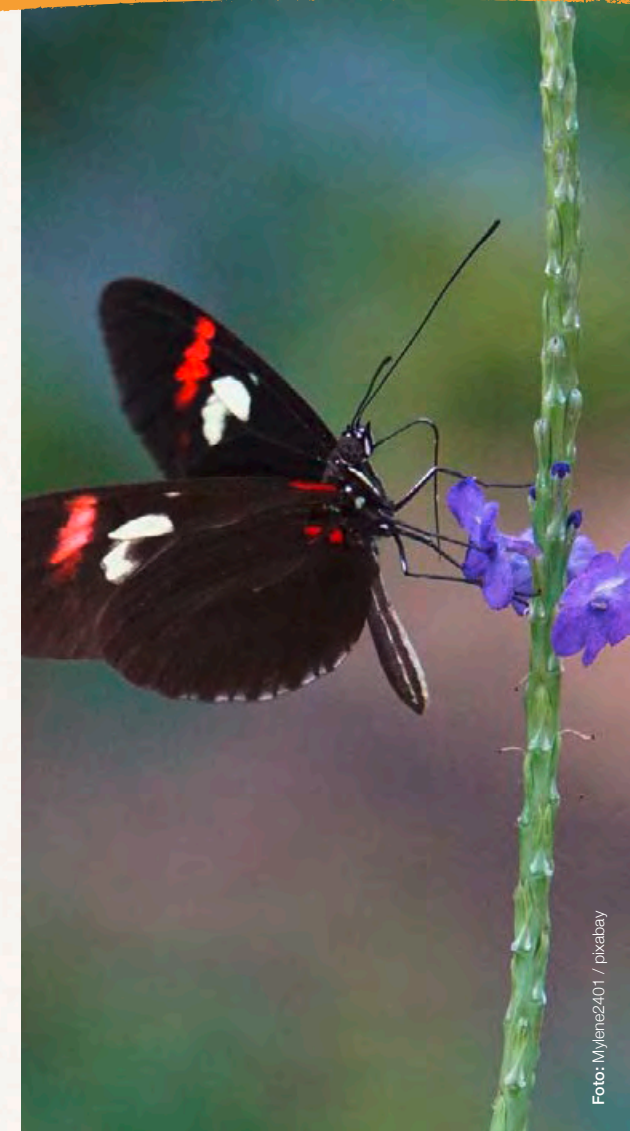


Abbildung 26: Eingesetzte Pestizide nach Kategorien in den 19 Projektfarmen von 2016 bis 2021 (in kg/l pro Hektar), Entwicklung über die Jahre.



BIODIVERSITÄT

Die Verringerung der toxischen Gesamtbelastung ist für die Entwicklung der Biodiversität auf den Projektflächen einer der wichtigsten Faktoren. Aber auch der Erhalt bzw. die Pflanzung von Hecken, die Begrünung der Staubecken sowie die Stärkung der Pflanzendecke zwischen den Baumreihen führt auf den Farmen dazu, dass Nützlinge wie der Marienkäfer gefördert werden. Diese Nützlinge tragen zur biologischen Schädlingskontrolle bei, was wiederum zu einer Reduktion des Pestizideinsatzes führt. Die nachhaltigere Bewirtschaftung der Projektfarmen führt auch zur Wiederansiedlung von Vögeln, Reptilien, Amphibien und Säugetieren.

ANZAHL UNTERSCHIEDLICHER TIERARTEN AUF DEN PROJEKTFARMEN, 2021

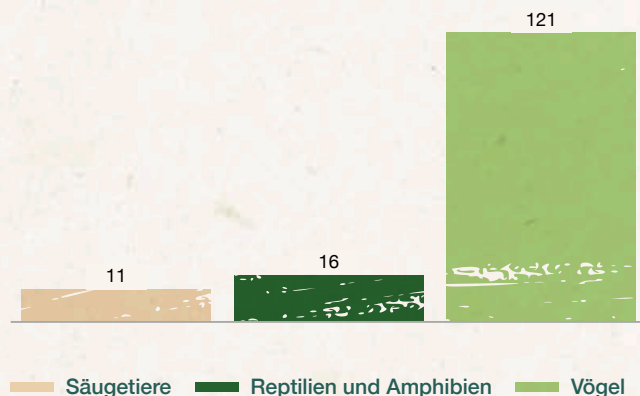


Abbildung 27: Anzahl verschiedener Tierarten auf den Projektfarmen 2021. Die Zählung berücksichtigt alle Tierarten, die im nationalen Katalog „geschützter Tierarten“ aufgeführt sind bzw. gemäß Anhang II und III der Berner Konvention als „geschützte“ oder „besonders geschützte“ Arten gelten.

GUTE LANDWIRTSCHAFTLICHE PRAXIS

Der Humusaufbau, der für lebendige Böden sowie die Wasserspeicherung wichtig ist, wird im Projekt ebenfalls gefördert. Hier stehen die Erhöhung des Anteils von organischer Materie im Boden sowie der Einsatz von organischen Düngemitteln im Vordergrund. Der Mineraldüngereinsatz wird hingegen reduziert und eine Ausbringung erfolgt angepasst an Boden-, Blatt- und Wasseranalysen.

NUTZUNG ORGANISCHER DÜNGUNG BEI BESTANDSFARMEN

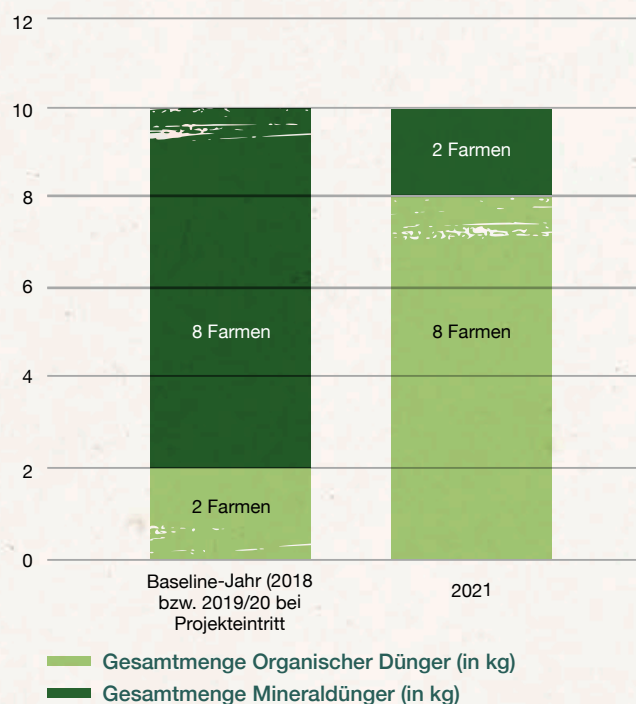


Abbildung 28: Erhöhung des Einsatzes von organischen Düngemitteln. Von 10 Bestandsfarmen, die vor 2021 in das Projekt aufgenommen wurden, nutzen bereits 8 Farmen organische Düngemittel, während es im Baseline-Jahr lediglich 2 von 10 waren (Baseline 2018 bzw. 2019/2020 bei Projekteintritt).



AUSBLICK

Die anhaltende Trockenheit und hohe Temperaturen führen zu einer Veränderung des Auftretens von Schädlingen und einer weiter abnehmenden Verfügbarkeit von Wasser. Deshalb ist eine ständige Weiterentwicklung und Anpassung der Maßnahmen des Projekts sowie die Vermittlung und Festigung von Wissen und Gelerntem bei den Produzent:innen des Projekts und dem Projektteam erforderlich.

Auch in Zukunft werden Netto (vertreten durch das Mutterunternehmen) und WWF im Zitrusprojekt gemeinsam für nachhaltigere Orangen, Mandarinen und Clementinen aus konventionellem Anbau arbeiten. Um den Anteil an nachhaltigeren Anbauflächen in Spanien sowie Projektfrüchten im Eigenmarkensortiment weiter zu erhöhen, sollen 2022 weitere Farmen in allen Projektregionen aufgenommen werden.



3.2

LANDWIRTSCHAFT FÜR ARTENVIELFALT



ALLGEMEINE PROJEKTINFORMATIONEN

Programmname	„Landwirtschaft für Artenvielfalt“
Anbauregion	Deutschland
Programmziele	<ul style="list-style-type: none"> • Erhalt und Förderung von Ökosystemen und Biodiversität • Etablierung des Naturschutzmoduls für Landwirt:innen aus dem Ökolandbau • Langfristige Zusammenarbeit zwischen Naturschutz und Landwirtschaft durch naturschutzfachliche Beratung • Honorierung von Naturschutzleistungen • Transparenz durch Rückverfolgbarkeit mittels Tracking Code auf den Produkten
Anzahl Programmbetriebe	<p>Gesamtzahl: 209</p> <ul style="list-style-type: none"> • Region Nord: 69 (anerkannt), 11 (in Beratung) • Region Südwest: 43 (anerkannt), 8 (in Beratung) • Region West/Mitte: 17 (anerkannt), 1 (in Beratung) • Tafelobst Region Nord: 39 (anerkannt) • Tafelobst Region Süd: 17 (in Beratung) • Tafelobst Region West: 4 (in Beratung)
Anbaufläche insgesamt	<p>Gesamtfläche: 53.342 ha</p> <ul style="list-style-type: none"> • Region Nord: 43.000 ha • Region Südwest: 5.479 ha • Region West/Mitte: 2.977 ha • Tafelobst Region Nord: voraussichtlich 1.140 ha • Tafelobst Region Süd: 650 ha • Tafelobst Region West: 96 ha
Vermarktung	<ul style="list-style-type: none"> • Bio-Apfelsaft als erstes national verfügbares Produkt (seit 2020) • Bio-Tafeläpfel und Bio-Apfelmus (seit Ende 2022) • Bio-Mehle (seit 2022)





Seit über zehn Jahren verbindet das Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ (LfA) praktische Naturschutzarbeit mit der landwirtschaftlichen Praxis, um die Vielfalt an Tier- und Pflanzenarten in Deutschland zu erhalten. Mit inzwischen über 200 Betrieben zählt

LfA nicht nur zu den größten privat finanzierten Agrobiodiversitätsprogrammen in Deutschland, sondern ist durch die Aufnahme neuer Betriebe und Sortimente auch in diesem Jahr wieder gewachsen und bekannter geworden: für eine Landwirtschaft, die Vielfalt schafft. Netto unterstützt das Programm seit dem Jahr 2020 durch die Vermarktung von Programm-Produkten.

Insbesondere in landwirtschaftlich geprägten Lebensräumen ist der Artenrückgang besonders dramatisch. Darum setzen die am Programm teilnehmenden Landwirt:innen auf ihren Biobetrieben Naturschutzmaßnahmen um, die einen nachweislichen Mehrwert zur Steigerung der Artenvielfalt leisten.

Die Basis dafür bildet ein Maßnahmen- und Leistungskatalog aus über 100 Naturschutzmodulen – wissenschaftlich konzipiert und entwickelt durch das Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e. V.. Zu den Naturschutzmaßnahmen zählt beispielsweise das Auslassen von Teilflächen im Klee gras während der Mahd. Für Insekten, Feldvögel, Feldhasen und Amphibien sind diese ungemähten Bereiche auf den Feldern wichtige Rückzugsräume während und nach der Mahd. Von dem Einzelmodul „Buntbrachen und Blühstreifen“ (siehe auch Abschnitt Monitoring) profitieren Rebhühner und andere Feldvögel, die auf den Blühflächen gute Brutplätze finden. Ebenso bieten sie Feldhasen und Insekten Nahrung und einen Rückzugsraum.

Die teilnehmenden Landwirt:innen wählen gemeinsam mit einer naturschutzfachlichen Beratung die für ihren Betrieb geeignetsten und wirksamsten Maßnahmen aus und setzen sie auf ihren Flächen um. Netto vertreibt die Erzeugnisse teilnehmender Betriebe und honoriert ihnen die Umsetzung der biodiversitätsfördernden Maßnahmen.

In den Netto-Filialen sind die Produkte aus dem Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ leicht erkennbar – sie werden mit dem WWF-Logo und dem Programm-Siegel, einem Origami-Vogel, versehen. Mit dem Kauf der Produkte aus dem Programm können Verbraucher:innen somit auch einen Beitrag zur Förderung der heimischen Artenvielfalt leisten.

EIN MONITORING BELEGT DIE ERFOLGE

Für den süddeutschen Raum ist im Jahr 2022 ein Monitoring der Wirkung der Programm-Maßnahmen abgeschlossen worden. Die Ergebnisse der wissenschaftlichen Erhebungen sind bemerkenswert, denn sie belegen nicht nur die wichtige Bedeutung des Grünlandes wie Wiesen und Weiden für die Biodiversität. Insbesondere die Programm-Maßnahme, einige Streifen im Grünland in einem Jahr gar nicht oder sehr spät im Jahr zu mähen, sorgt dafür, dass Lebensräume für Wildblumen und Insekten, aber auch für Bodenbrüter und Säugetiere erhalten bleiben.

Im Rahmen von Kartierungen wurde für sechs ausgewählte Betriebe nachgewiesen, dass mindestens achtmal so viele Insekten auf den ungemähten Wiesenstreifen wie auf den gemähten Streifen desselben Betriebes vorkommen. Der Faktor acht ist der höchste Erfolgsfaktor bei einer Naturschutzmaßnahme, der im Rahmen des Programms „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ gemessen worden ist.





2012 gemeinsam mit dem Anbauverband in Mecklenburg-Vorpommern bzw. Brandenburg im Weide- und Grünland begonnen, ist „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ in den letzten drei Jahren auf elf der 13 Flächenbundesländer und auf über 200 Betriebe ausgeweitet worden.

Mit dem „BioBio Apfelsaft naturtrüb“ ist im Jahr 2020 der erste deutschlandweit verfügbare Artikel des Programms bei Netto vertrieben worden. Seit Mitte bzw. Ende des Jahres 2022 sind neben dem Saft auch regional erhältliche Mehle in Netto-Filialen zu finden.

Einen besonderen Erfolg stellt die Gründung einer Initiative

des Programms für den Tafelobstanbau dar, an der inzwischen über 54 Erzeuger:innen teilnehmen, die Netto mit Tafelobst und Apfelsaft beliefern – zu erkennen an dem Logo der Initiative. Besonders erfreulich sind insbesondere die vielen neuen Blühstreifen zwischen den Apfelbaumreihen und die zahlreichen Wildblumen und -kräuter, die dank des alternierenden Mulchens in den Fahrgassen der Betriebe wachsen konnten. Davon profitieren viele Insekten wie Wildbienen, Tagfalter, Spinnen und Heuschrecken, die als Nützlinge die Blüten bestäuben oder Schädlinge beseitigen – denn jeder Ohrenkneifer mehr ist ein Apfelwickler weniger.²⁹

²⁹ Quelle: Die Basis für die naturschutzfachlichen Beratungen im Rahmen der Tafelobst-Initiative bilden die Biodiversitätsrichtlinien des Anbauverbands Bioland.





3.3

FÖRDERUNG VON BIO-UMSTELLUNGS- BETRIEBEN



6 SAUBERES WASSER
UND SANITÄR-
EINRICHTUNGEN



8 MENSCHENWÜRDIGE
ARBEIT UND
WIRTSCHAFTS-
WACHSTUM



12 NACHHALTIGE/R
KONSUM UND
PRODUKTION



14 LEBEN UNTER
WASSER



15 LEBEN
AN LAND



Betriebe, die sich von einer konventionellen hin zur ökologischen Bewirtschaftung entwickeln wollen, müssen eine Umstellungszeit von zwei Jahren durchlaufen, bis sie ihre Erzeugnisse als Bioprodukte kennzeichnen und vermarkten dürfen. Dieser Zeitraum geht für die Betriebe mit deutlich niedrigeren Erlösen als für gekennzeichnete Bioprodukte einher. Netto unterstützt daher entsprechende Betriebe, indem die Waren bereits in der Umstellungsperiode zu höheren Preisen abgenommen werden.

Der WWF hat deswegen das Projekt zur Förderung von Bio-Umstellungsbetrieben innerhalb der Partnerschaft initiiert und begleitet. Die entsprechenden Eigenmarkenprodukte werden für Kund:innen sichtbar mit einem WWF-Projekt-Logo gekennzeichnet.

Im Herbst 2022 vermarktete Netto erstmals Äpfel aus dem Rheinland mit dem entsprechenden WWF-Projekt-Logo und zahlt den Erzeuger:innen entsprechende Aufpreise.

UMSTELLUNG AUF BIO AM BEISPIEL APFEL

Monate ab Umstellungsbeginn	0	2-3	14-15	25-27	36	38-39
Flächen	36 Monate Umstellungszeit					Flächen sind ökologisch
Vermarktung	Konventionelle Vermarktung		Ernte darf als Umstellungsware vermarktet werden			Ernte ökologisch anerkannt
Was passiert?	Beginn der Umstellung	Ernte	Ernte	Ernte	Umstellung komplett vollzogen	Ernte

Tabelle 13: Ablauf der Umstellung bei Dauerkulturen wie Äpfeln.





4

PRODUKTBEZOGENE KOMMUNIKATION



CO-BRANDING

Bereits seit Beginn der Partnerschaft für Nachhaltigkeit finden Kund:innen durch das WWF-Logo zusätzlich gekennzeichnete Produkte im Supermarktregal. Es sind Netto-Eigenmarkenprodukte, die vom WWF anerkannte Umweltstandards erfüllen und nachhaltiger hergestellt wurden. Damit wollen Netto und WWF einen Wegweiser durch das Sortiment anbieten, der verantwortungsvolle Kaufentscheidungen vereinfacht. Sie wollen damit erreichen, dass Menschen beim Einkauf häufiger zu nachhaltigeren Produkten greifen.

NAVIGATION DURCH DEN SIEGEL-DSCHUNDEL

Wenn ein Eigenmarkenprodukt zusätzlich das WWF-Logo trägt, wird dies Co-Branding genannt. Der Panda als Markenzeichen des WWF wird dabei auf Produkten aufgebracht, die einen vom WWF anerkannten Höchststandard erfüllen und das durch unabhängige Zertifizierungen belegen können. Diese Standards legen Anforderungen an ein Lebensmittel oder anderes Produkt zur umweltschonenderen Herstellung fest und decken unterschiedliche Aspekte von Umweltschutz ab:

- Sie zertifizieren die Lieferanten und Rohstoffe im umweltschonenderen Anbau wie beispielsweise Bio-Standards (EU-Öko-Verordnung oder vergleichbare Bioverbände).
- Sie zertifizieren die Bestandteile des Produktes im Bereich der Naturkosmetik wie das NATRUE-Label.
- Sie kennzeichnen die Herkunft der Produktbestandteile aus nachhaltigeren Quellen wie der FSC®-Standard.
- Sie zertifizieren verantwortungsvollere Fischereien wie das MSC-Siegel.
- Sie zertifizieren ein umweltschonenderes Produkt wie der Blaue Engel oder das Europäische Umweltzeichen, indem beispielsweise Anforderungen an ressourcenschonende Herstellung, den Recyclinganteil oder die Langlebigkeit gestellt werden.



Foto: puhimec / Adobe Stock



DIE ERHEBUNG IM JAHR 2022

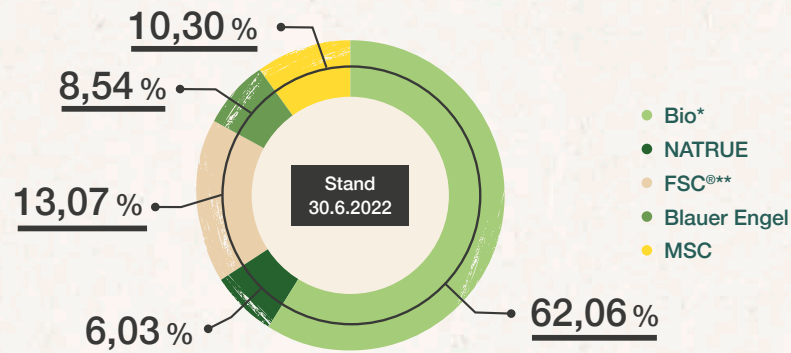
Bis zum 30.06.2022 wurden 398 Netto-Eigenmarkenprodukte für ein Co-Branding freigegeben. Davon sind 247 Bio-, 41 MSC- und 52 FSC®-zertifiziert. Insgesamt 34 Produkte sind mit dem Blauen Engel ausgezeichnet und 24 Produkte aus dem Bereich der Naturkosmetik sind nach dem NATRUE-Standard zertifiziert. NATRUE zertifiziert Produkte in den beiden Zertifizierungsstufen Naturkosmetik und Biokosmetik. Mit einem Co-Branding kennzeichnet der WWF seit 2021 ausschließlich die Biokosmetikartikel.

Die prozentuale Verteilung der Standards bei co-gebrandeten Eigenmarkenartikeln ist in Abbildung 29 dargestellt. Im Vergleich zum Vorjahr gab es nur geringe Veränderungen bei der prozentualen Verteilung. Der Anstieg der Anzahl an Eigenmarkenprodukten ergibt sich im Jahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr größtenteils aus der Zunahme an bio-zertifizierten Produkten sowie leichten Zuwächsen bei den Blauer Engel-zertifizierten Produkten. Zehn Produkte weniger mit einem WWF-Logo wurden im Bereich der Naturkosmetik ermittelt.

Das Monitoring basiert auf einem Auszug aus dem Co-Branding Tool. Darin sind alle geprüften Eigenmarkenprodukte erfasst, die im Laufe der Partnerschaft mit einem WWF-Logo versehen wurden. Geprüft und gezählt werden alle Produkte, bei denen mindestens ein Lieferant die Anforderungen für das Co-Branding erfüllt. Wenn Produkte von verschiedenen Lieferanten stammen, werden sie zwar nur einmal gezählt, jedoch alle Lieferanten kontrolliert. Dabei kann es vorkommen, dass nicht alle Lieferanten die notwendigen Bedingungen erfüllen. In den Filialen tragen dann ausschließlich die Produkte das WWF-Logo, deren Lieferanten die Anforderungen erfüllen, weshalb es sein kann, dass ein Produkt in einem Markt mit einem Co-Branding ausgezeichnet ist, in einem anderen jedoch nicht.



NETTO EIGENMARKENSORTIMENT



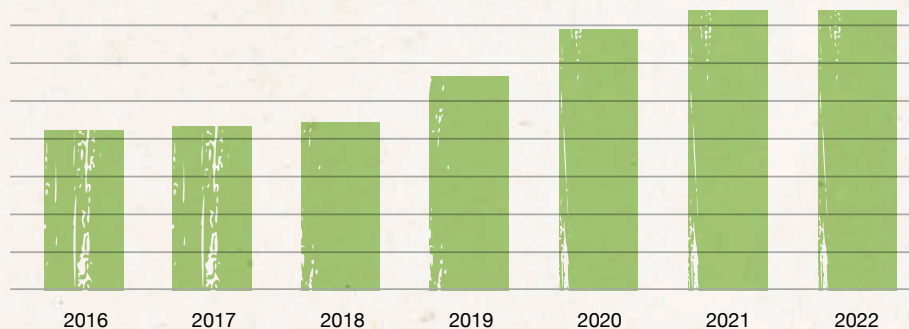
* Vom WWF für das Co-Branding anerkannte Biostandards. Darunter fallen EU-Öko-Verordnung, Bioland oder vergleichbare Bioverbände.

** FSC® 100 % für Holzprodukte; FSC® Recycled für Tissue- und Papierprodukte.

Abbildung 29: Anteil aller Netto-Eigenmarkenprodukte mit Co-Branding, aufgeteilt nach Nachhaltigkeitsstandards, die der WWF anerkennt (Stand 30.06.2022).



ANZAHL DER NETTO-EIGENMARKENPRODUKTE MIT EINEM CO-BRANDING SEIT 2016



Menge	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	211	216	222	283	344	370	398

Abbildung 30: Entwicklung der Eigenmarkenprodukte mit Co-Branding seit 2016 (Stand 30.06.2022).

IMMER MEHR PRODUKTE MIT DEM WWF-PANDA IM NETTO-SORTIMENT

Seit dem Beginn der Zusammenarbeit 2015 ist die Anzahl an Produkten mit einem Co-Branding (vgl. Abbildung 30) kontinuierlich gestiegen.

Zum einen hat Netto das Angebot an Bioprodukten kontinuierlich gesteigert, zum anderen ist das Angebot von umweltschonenderen Eigenmarkenprodukten in Netto-Filialen um verschiedene Sortimentsbereiche erweitert worden, wie etwa Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel („RESPEKT“) und Naturkosmetik („BLÜTEZEIT“).

DIE ZUKUNFT DER PRODUKTKOMMUNIKATION IN DER PARTNERSCHAFT

Die Partner haben sich im Jahr 2022 darauf verständigt, die Auslobung von Produkten mit dem WWF-Panda-Logo neu auszugestalten. Das Co-Branding, wie es seit Beginn der Partnerschaft für Nachhaltigkeit verankert ist, soll ab etwa Mitte 2024 einer neuen Systematik folgen. Unverändert bleibt das Ziel, den Kund:innen einen Wegweiser anzubieten, der es ihnen leichter macht, nachhaltigere Alternativen im Sortiment zu entdecken und umweltfreundlichere Kaufentscheidungen zu treffen. Zusätzlich soll deutlicher werden, auf welche der vier Partnerschafts-Handlungsfelder – Schutz von Klima, Biodiversität, Süßwasser sowie Ressourcen- und Materialbewahrung – das Produkt einzahlt. Dabei werden auch die Vorgaben der EU-Kommission für ein einheitlich geregeltes Nachhaltigkeitslabel für Lebensmittel, das bis 2024 entwickelt wird, Berücksichtigung finden.

Für uns ist Bio logisch.



PARTNER ZUM
SCHUTZ
DER UMWELT.

Netto
Marken-Discount

PROJEKT-BRANDING

Die aus den in Kapitel 3 vorgestellten Projekten hervorgehenden Anbauprodukte tragen das WWF-Projektlogo. Dazu gehören Orangen und Mandarinen aus dem verbesserten konventionellen Anbau. Sie tragen das WWF-Logo mit einem Hinweis auf die Partnerschaft und das Projektziel. Dieser Projekthinweis lautet „Netto & WWF Gemeinsames Projekt für eine bessere Orange“. Netto unterstützt als Inverkehrbringer die Projektfrüchte als Teil der EDEKA-Zentrale.

Die Erzeugnisse aus dem Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ tragen neben Bio- und Verbandssiegeln die Wortbildmarke mit dem grünen Origami-Vogel sowie das WWF-Logo. Zudem führt ein QR-Code auf der Verpackung Kund:innen auf die Programmwebsite und dort direkt zu den jeweiligen Betrieben.

Auch in Zukunft werden diese sogenannten Projekte und Programme das WWF-Projektlogo mit dem entsprechenden Claim tragen.

GO-GLAIMING

Produktbezogene Informationen weisen auch auf Zertifizierungssysteme hin, die zwar nicht als Höchststandard eingestuft werden, jedoch bereits eine Verbesserung zu mehr Umweltschutz darstellen. In diesem Falle wird kein WWF-Logo, sondern ausschließlich ein Texthinweis aufgebracht. Im Bereich Palmöl gibt es ein solches Produkt mit Palmölbestandteilen, die nach RSPO Segregated entlang der gesamten Lieferkette zertifiziert sind.

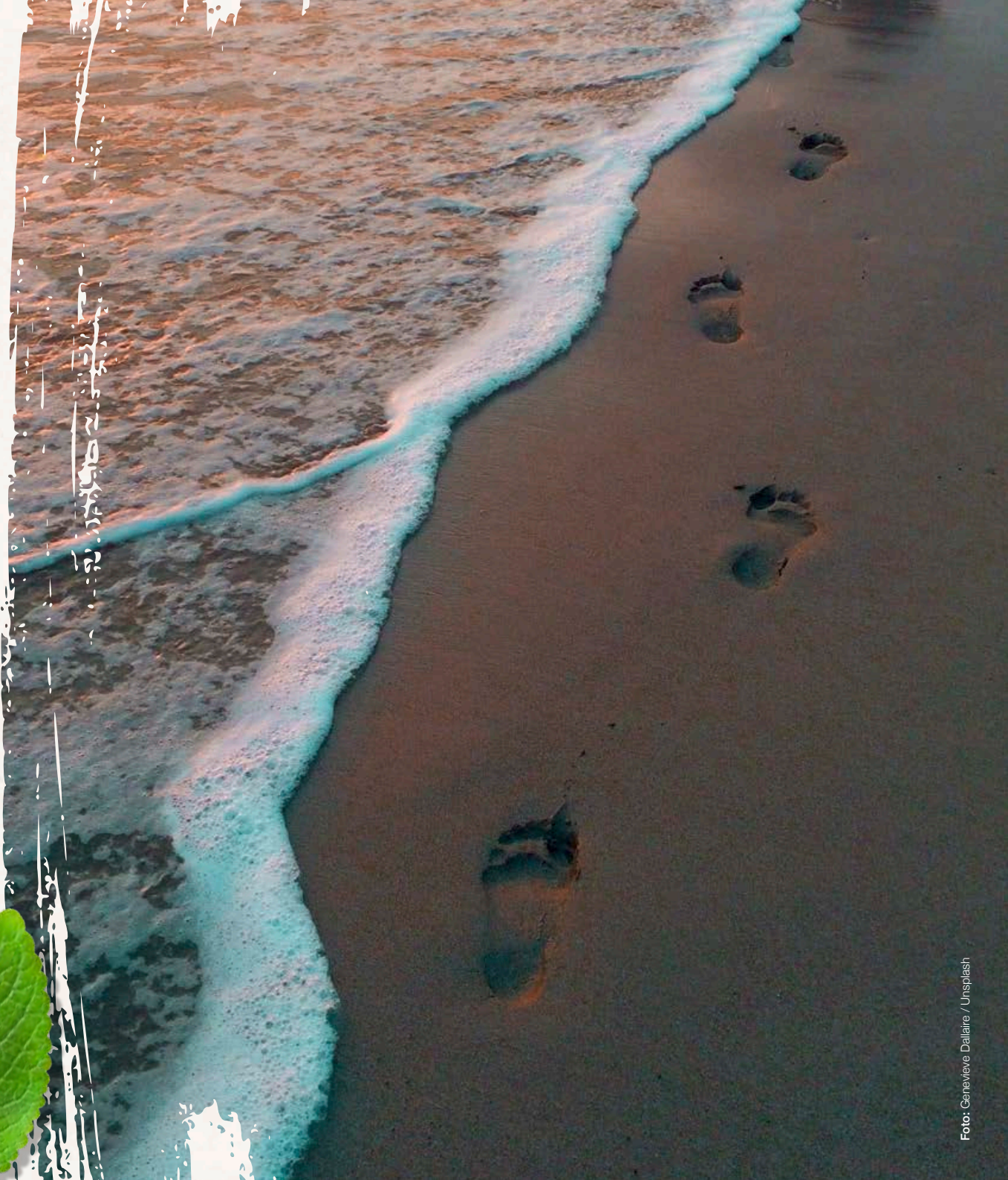


Abbildung 31: Der Apfelsaft aus dem Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“ trägt das WWF-Panda-Logo und das Programmlogo mit dem grünen Origami-Vogel.



5

**DIE ZIELE
BIS 2032**



Die Partnerschaft für Nachhaltigkeit geht in die Verlängerung. WWF und Netto haben sich für die nächsten 10 Jahre auf solche Herausforderungen fokussiert, die nicht nur einige der global wichtigsten Umweltprobleme adressieren, sondern bei denen der LEH einen konkreten Beitrag zur Lösung leisten kann.

Ausgangspunkt war das gemeinsame Leitbild, die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur im Einklang miteinander leben. Daraus folgend ist ein zentrales Ziel weiterhin, den ökologischen Fußabdruck von Netto zu reduzieren sowie die Bevölkerung für einen nachhaltigeren Konsum und die Wertigkeit von Lebensmitteln zu sensibilisieren.

Auch in Zukunft verpflichten sich die Partner dazu, einen Beitrag zu den globalen Zielen der Vereinten Nationen für eine nachhaltige Entwicklung (den SDG's) zu leisten (siehe Kapitel 1.2). Diese Ziele dienen den Partnern als Vision und sind als übergeordnete Metaziele im Partnerschaftsvertrag festgehalten.

WWF und Netto haben sich für die weitere Ausgestaltung der Zielebenen auf vier Dachthemen geeinigt, die die Grundlage der Partnerschaft darstellen. Diese vier Dachthemen beheimaten Makroziele zu Klimaschutz, Erhalt und Förderung von Biodiversität, Süßwasserschutz und Ressourcen- und Materialbewahrung. Zudem wurden Rahmenziele erarbeitet, die als übergeordnete Makroziele Einfluss auf alle Dachthemen haben.

Die Partnerschaft orientiert sich stets an aktuellen Entwicklungen und ermöglicht im Rahmen der operativen Ausgestaltung eine agile Anpassung des Ambitionsniveaus, damit aktuelle Erkenntnisse aus Gesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft berücksichtigt werden und umgesetzt werden können. Hierfür werden in einem zweijährigen Turnus den Makrozielen zugeordnete Mikroziele erarbeitet und daraus Maßnahmen abgeleitet.

Die Fortschrittsberichte werden zukünftig die Erreichungsgrade der Makroziele und aktueller Mikroziele darstellen.

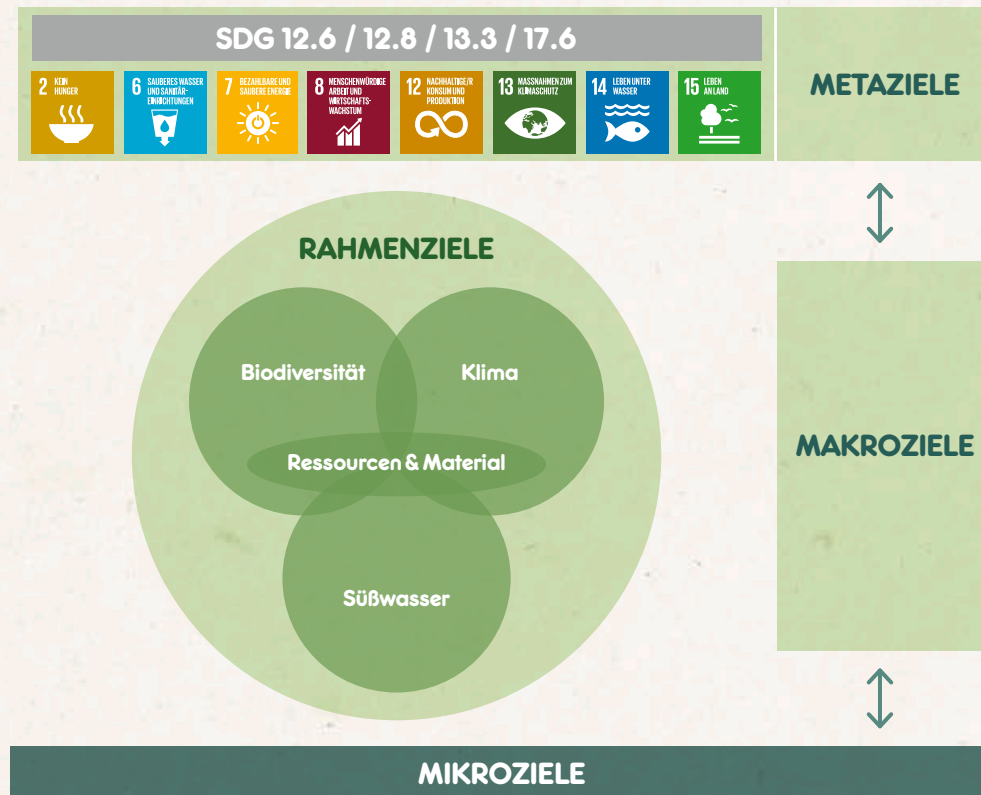


Abbildung 32: Grafische Darstellung der vier Dachthemen und ihr Beitrag zu den SDGs.



AUSGEWÄHLTE MAKROZIELE DER PARTNERSCHAFT BIS 2032

Klima	Biodiversität	Süßwasser	Ressourcen	Material
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis über Klima-Hotspots und Reduktion der THG-Emissionen im Sortiment • Reduktion der THG-Emissionen aus Scope 1, 2 und Geschäftsreisen (Scope 3) bis Ende 2032 auf netto null • Finanzierung von Klima- und Umweltschutzmaßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis über Biodiversitätsrisiken und -chancen im Eigenmarkensortiment • Umsetzung von Maßnahmen zur Minderung von Biodiversitätsrisiken • Bio-Marktführerschaft ³⁰ 	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis über Süßwasserrisiken und -chancen im Eigenmarkensortiment • Umsetzung von Maßnahmen zur Minderung von Wasserrisiken • Stewardship-Projekte in Wasserrisiko-Hotspots 	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltige Konzeption, Beschaffung und Produktion der Eigenmarkensortimente • Entwaldungs- und Umwandlungsfreiheit in den Lieferketten • Förderung nachhaltiger Ernährungsgewohnheiten • Reduktion von Lebensmittelabfällen 	<p>Förderung einer Kreislaufwirtschaft:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minimierung des Materialeinsatzes für Eigenmarkenverpackungen • Rohstoffe für Eigenmarkenverpackungen aus nachhaltigen Quellen und Recyclingmaterial • Wiederverwendungs- und Mehrwegsysteme • Effizientes und effektives Stoffstrommanagement ³¹ • Vermeidung von materialaufwändigen & -intensiven Eigenmarkenprodukten • Ökologische Gestaltung von Non-Food- und Drogerieprodukten der Eigenmarken
Rahmenziele				
Vorreiterrolle in den vier Themenschwerpunkten der Partnerschaft	Rückverfolgbarkeit & Transparenz der Lieferketten	Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in Einkaufsprozessen	Weiterentwicklung von Zertifizierungssystemen & anderen marktba- sierten Nachhaltigkeitslösungen	
Investitionsbereitschaft (Kapazitäten & Ressourcen)	IT-gestützte Erfassung von Nachhaltigkeitskriterien und -performance von Eigenmarkenprodukten und -Lieferanten	Weiterbildung aller Mitarbeitenden zu Themen der WWF und EDEKA / Netto Partnerschaft	Vorwettbewerbliches Engagement	

Tabelle 14: Übersicht von ausgewählten Makrozielen der Partnerschaft bis 2032.

³⁰ Netto hat zum Ziel, zum Erhalt der Marktführerschaft der EDEKA (durch Generierung des höchsten Marktanteils im LEH) im Bereich Bio-Lebensmittel beizutragen.

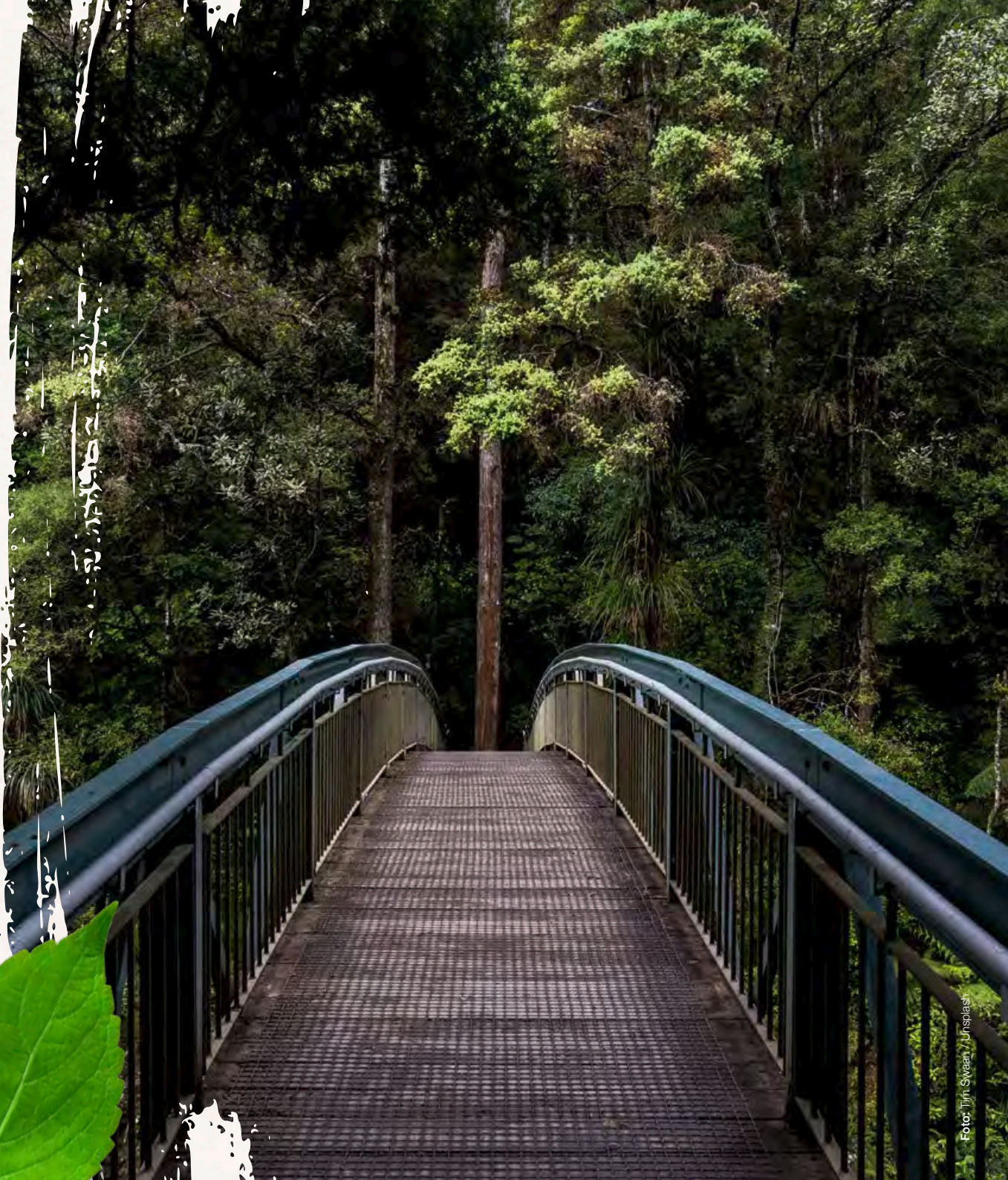
³¹ U.a. Design4Recycling, Recyclingfähigkeit





6

VERMERK



Vermerk

des unabhängigen Wirtschafts- prüfers 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 den aufgelisteten Abbildungen und Tabellen, veröffentlicht im Fortschrittsbericht 2022 über die Kooperation zwischen WWF Deutschland und Netto (im Folgenden „Bericht“) für den Zeitraum vom 1. Juli 2021 bis zum 30. Juni 2022 der WWF Deutschland Stiftung bürgerlichen Rechts, Berlin (im Folgenden der „WWF Deutschland“) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Themenfeld	Tabelle		Seite
Fisch und Meeresfrüchte	Tabelle	2	19
Palmöl	Tabelle	6	29
Soja/Nachhaltigere Nutztierfütterung	Abbildung	11	36
Süßwasser	Abbildung	14	45
Verpackungen	Abbildung	15	52
	Abbildung	16	52
	Abbildung	17	52
	Abbildung	18	53
	Abbildung	20	54
	Abbildung	21	54
Verpackungen	Abbildung	22	54
	Abbildung	23	54
	Abbildung	23	54
Co-Branding	Abbildung	29	70

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 angemessener 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.

Sicherung der Unabhängigkeit und Qualität des Wirtschaftsprüfers

Bei der Durchführung des Auftrags haben wir die Anforderungen an Unabhängigkeit und Qualitätssicherung aus den nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen, insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie des IDW-Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1), beachtet.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

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

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem 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), als Limited Assurance Engagement 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 1. Juli 2021 bis zum 30. Juni 2022 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird. 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 des zugehörigen internen Kontrollsystems
- 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 Auffassung gelangen lassen, dass die für den Zeitraum vom 1. Juli 2021 bis zum 30. Juni 2022 im Fortschrittsbericht 2022 über die Kooperation zwischen WWF Deutschland und Netto 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 Haftungsregelung unter Nr. 9 der Allgemeinen Auftragsbedingungen) zur Kenntnis genommen zu haben, und erkennt deren Geltung im Verhältnis zu uns an.

Köln, den 27.03.2023

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Krause

ppa. Mathias