

Klimawin BW

Einfacher Bericht

2025

EDEKA SÜDWEST STIFTUNG & CO. KG

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Über uns	3
1.1 Unternehmensdarstellung	3
1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz	4
2. Die Klimawin BW	5
2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	5
2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	5
2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	6
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	7
3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	7
3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	8
4. Unsere Schwerpunktthemen	9
4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	9
4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	9
4.3 Aktivitäten	10
5. Weitere Aktivitäten	13
6. Unser Klimawin BW-Projekt	15
6.1 Das Projekt	15
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	15
6.3 Ergebnisse und Entwicklungen	15
6.4 Ausblick	15
Impressum	17

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Der EDEKA-Verbund ist genossenschaftlich organisiert und lebt vom Zusammenspiel der selbstständigen Kaufleute, den sieben Regionalgesellschaften, den Tochterunternehmen wie beispielsweise dem Discounter Netto und der EDEKA-Zentrale in Hamburg. Im Jahr 2024 erzielte der EDEKA-Verbund einen Bruttoumsatz von 75,3 Milliarden Euro und ist damit Marktführer im südwestdeutschen Lebensmitteleinzelhandel.

Während sich die Konzernzentrale übergreifenden strategischen Aufgaben widmet, gewährleisten die Regionalgesellschaften die operative Warenversorgung der in ihrem Vertriebsgebiet angegeschlossenen EDEKA-Märkte.

EDEKA Südwest ist eine von sieben Regionalgesellschaften in Deutschland und erzielte 2024 einen Verbund-Einzelhandelsumsatz von 10,7 Milliarden Euro. Mit rund 1.100 Märkten erstreckt sich das Vertriebsgebiet über die fünf Bundesländer Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Saarland sowie den südlichen Teil von Hessen und angrenzende Teile Bayerns. Der Unternehmensverbund, inklusive des selbstständigen Einzelhandels, ist mit rund 46.000 Mitarbeitenden sowie etwa 3.000 Auszubildenden in rund 40 Berufsbildern einer der größten Arbeitgeber und Ausbilder in der Region.

Qualität und Transparenz gewährleistet EDEKA Südwest u.a. durch eigene Produktionsbetriebe. Dazu zählen der Fleisch- und Wurstwarenhersteller Edeka Südwest Fleisch inklusive Produktionsstandort Schwarzwaldhof für Schwarzwälder Schinken und geräucherte Produkte, die Bäckereigruppe Backkultur, der Mineralbrunnen Schwarzwald-Sprudel, der Ortenauer Weinkeller und der Fischwarenspezialist Frischkost. Zugleich bilden die sechs Logistikbetriebe in Balingen, Ellhofen, Heddesheim, Offenburg, St. Ingbert und Rastatt die Basis für einen regionalen und umweltbewussten Transport der Waren zu den Märkten.

Regionalität wird auch in unserer Zusammenarbeit mit Partnerinnen und Partnern unserer Markenfleischprogramme sowie der 2006 eingeführten Regionalmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ sichtbar. Mehr als 1.500 Betriebe beliefern uns mit über 360 Produkten für unsere Regionalmarke „Unsere Heimat – echt & gut“, auch in Bio-Qualität. Außerdem können die Kundinnen und Kunden der EDEKA Südwest mit der Eigenmarke nicht nur regional, sondern auch saisonal einkaufen. Das schafft und bindet Kaufkraft vor Ort, sichert Arbeitsplätze und schont die Umwelt durch kürzere Transportwege.

Mehr Informationen finden Sie unter www.verbund.edeka/suedwest.



Jan Reiff

1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln. Unser Nachhaltigkeitsbericht, den wir 2025 für das Berichtsjahr 2024 veröffentlicht haben, finden Sie unter: [Startseite - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024.](#)

2. Die Klimawin BW

2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

Mit der Unterzeichnung der Klimawin BW bekennen wir uns zu unserer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

2.2.1 Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

2.2.2 Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

2.2.3 Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter:

www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 12/2021 (damals WIN-Charta)

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	ja
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	ja
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	nein	ja
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	ja
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	ja	ja
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	ja
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	nein	ja
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	nein
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	ja	ja
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	nein	ja
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	nein	nein
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	ja	ja

3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Feuerwehraktion

Schwerpunktbereich:

ökologische Nachhaltigkeit: nein

soziale Nachhaltigkeit: ja

Art der Förderung:

finanziell: ja

materiell: nein

personell: nein

4. Unsere Schwerpunktthemen

4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

- Leitsatz 1 - Klimaschutz: „Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“
- Leitsatz 5 – Produktverantwortung: „Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“
- Leitsatz 9 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: „Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“
- Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation: „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Die EDEKA Südwest Stiftung & Co. KG hat sich zum Ziel gesetzt, eine lebenswerte Zukunft für alle Generationen zu ermöglichen. Nachhaltigkeit ist für das genossenschaftlich organisierte Unternehmen Teil der DNA und daher in unterschiedlichen Unternehmensbereichen der EDEKA Südwest von zentraler Bedeutung.

Die Nachhaltigkeitsstrategie der EDEKA Südwest basiert auf den vier Säulen: „Verantwortung für Mitarbeitende“, „Nachhaltige Produkte“, „Umwelt & Energie“ und „Gesellschaftliches Engagement“. Nachhaltigkeit ist mit definierten Zielsetzungen in die Organisation eingebettet, um der Verantwortung gerecht zu werden.

In den Leitsätzen der KLIMAWIN finden sich die Herausforderungen, denen sich EDEKA Südwest mit den Zielsetzungen im unternehmenseigenen Nachhaltigkeitsbericht stellt, wieder. Die entsprechenden Maßnahmen und die jeweils aktuelle Entwicklung in Bezug auf die Leitsätze werden jährlich im Nachhaltigkeitsbericht ([Startseite - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024](#)) aufgezeigt.

4.3 Aktivitäten

Wir berichten ausführlich über unsere Aktivitäten in unserem Nachhaltigkeitsbericht. Dieser kann unter folgendem Link abgerufen werden: [Startseite - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024](#). Die nachfolgende Tabelle zeigt auf, an welchen Stellen dort auf die Schwerpunkt-Leitsätze eingegangen wird.

Leitsatz	Siehe Seite(n)	Ziele & Indikatoren / Ergänzende Hinweise
Leitsatz 01 – Klimaschutz	12, sowie Online-Bericht Rubrik Umwelt & Energie (Link: GreenBuilding ausbauen - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Ziel: 2027 erfüllen 139 Märkte, die auf der Basis des EDEKA Südwest Bauleistungsverzeichnisses erstellt werden (Eigen- und Investorenprojekte), die GreenBuilding-Anforderungen. 2024 konnten wir die Zahl der Märkte, die nach dem Effizienzhausstandard KfW 40 EE errichtet wurden, um acht weitere und im Bereich der Neubauten nach GreenBuilding-Anforderungen um 17 weitere erhöhen. Eine weitere Steigerung der Anzahl dieser Objekte ist in den kommenden Jahren geplant. Ziel: Bis 2027 haben wir insgesamt 250 Märkte – auch technisch – modernisiert. Alle Märkte (selbstständiger Einzelhandel und Rege-Märkte im Vollsortimentsbereich) erhalten bis 2027 die Möglichkeit, zielgerichtet eine Modernisierung durchzuführen. Durch ein gezieltes Förderprogramm schaffen wir einen Motivationsanreiz, Investitionen vorzunehmen. 2023 wurden bereits 32 Märkte modernisiert. 2024 kamen weitere 79 Märkte dazu. Insgesamt wurden folglich bereits 111 Märkte modernisiert.
Leitsatz 5 – Produktverantwortung	9, sowie Online-Bericht Rubrik Nachhaltige Produkte (Link: Bio-Umsatz steigern - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Ziel: Mit unseren Bio-Artikeln erreichen wir 2027 einen Anteil von über 12 % am Gesamtgerumsatz (bezogen auf Bio-relevante Warengruppen). Der Bio-Umsatz hat sich 2024 positiv entwickelt (+ 0,2 % Bio-Anteil am Gesamtumsatz zum Vorjahr). Dennoch sehen wir im Bio-Bereich weiterhin Wachstumspotenzial und halten an unserem Zielwert für 2027 fest. Zur Erreichung trägt vor allem unsere langjährige Zusammenarbeit mit den Bio-Verbänden Bioland, Demeter und der Naturland Zeichen GmbH bei. Außerdem setzen wir regelmäßig Werbeanstöße mit Sonderseiten im Flugblatt und Schwerpunktwochen um, geben den Kaufleuten praktische Hilfestellungen und Ideen, zum Beispiel für Bio-Sonderaufbauten im Markt und bieten darüber hinaus eine spezielle Ausbildung für Fachkräfte im Bereich Bio an. 2024 haben 16 Markt-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter diese Ausbildung erfolgreich abgeschlossen. Außerdem bauen wir

Leitsatz	Siehe Seite(n)	Ziele & Indikatoren / Ergänzende Hinweise
		<p>unser Bio-Sortiment kontinuierlich aus. Mit EDEKA Bio und Produkten in Bio-Qualität von „<u>Unsere Heimat – echt & gut</u>“ bieten wir ein breites Sortiment an Artikeln aus ökologischer Landwirtschaft.</p>
Leitsatz 9 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	<p>7, sowie Online-Bericht Rubrik Verantwortung für Mitarbeitende (Link: Ausbildungsquote erhöhen - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ziel: Die Ausbildungsquote beträgt bis 2027 im Verhältnis zu allen sozialversicherungspflichtigen aktiven Beschäftigten mindestens 5 %. <p>278 Auszubildende in 32 Ausbildungsberufen und 56 Studierende in 15 Studiengängen werden derzeit bei EDEKA Südwest auf ihr Berufsleben vorbereitet. Unser neues Praktikantenprogramm durchliefen 65 Praktikantinnen und Praktikanten. 326 Schülerinnen und Schüler nahmen am Schülerwettbewerb teil. 19 Azubi-Botschafterinnen und Botschafter werben auf Social Media für die Ausbildungsberufe im Unternehmen. Das Frischemobil informiert an Schulen über die Ausbildungsberufe bei EDEKA Südwest. Wir nehmen an Berufs- und Bildungsmessen teil.</p> <p>Die Ausbildungsquote stagnierte auch im Jahr 2024 und bleibt damit bei 3 %. Grund dafür ist, dass Ausbildungsplätze aus unseren regiebetriebenen Märkten oder Backwarentheken durch Privatisierungen an den selbständigen Einzelhandel übergegangen sind. EDEKA Südwest hält jedoch an ihrem Ziel fest, die 5 %-Ausbildungsquote bis 2027 zu erreichen.</p>
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	<p>14, sowie Online-Bericht Rubrik Gesellschaftliches Engagement (Link: Mehr bewegen – besser essen - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ernährungs- und Bewegungskompetenz von Kindern und Jugendlichen fördern. <p>Ziel: An Grundschulen im Vertriebsgebiet von EDEKA Südwest haben bis zum Schuljahr 2026/2027 insgesamt 1.959 Projekttage stattgefunden (kumuliert seit dem Schuljahr 2013/2014).</p> <p>Das Projekt „Mehr bewegen – besser essen“ der <u>EDEKA Stiftung</u> richtet sich an Schülerinnen und Schüler der dritten und vierten Klasse. EDEKA Südwest bringt das Projekt an die Grundschulen im Vertriebsgebiet. Das Wissen um gesunde Ernährung und ausreichend Bewegung gibt den Jüngsten eine Basis für ihr ganzes Leben. Unterstützung finden die Klassen bei den EDEKA-Kaufleuten im Absatzgebiet, die als Patinnen und Paten die Schulaktionen unterstützen. Die Zahl der Projekttage stieg 2024/2025 auf 1.020 an, nachdem das Projekt während der Corona-Pandemie stagnierte. EDEKA Südwest ist motiviert, das Ziel bis 2027 mit besonderen Anstrengungen zu erreichen. Dafür arbeiten wir eng</p>

Leitsatz	Siehe Seite(n)	Ziele & Indikatoren / Ergänzende Hinweise
	<p>14,</p> <p>Sowie Online-Bericht Rubrik Gesellschaftliches Engagement (Link: Fit für mein Leben - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)</p>	<p>mit der EDEKA Stiftung und den Kaufleuten vor Ort zusammen.</p> <p>Ziel: An Schulen im Vertriebsgebiet von EDEKA Südwest sind bis zum Schuljahr 2026/2027 422 Projekttage "Fit für mein Leben" mit Schülern der 7. und 8. Klasse durchgeführt worden (kumuliert seit dem Schuljahr 2017/2018).</p> <p>Jugendliche sollen darin bestärkt werden, Selbstbewusstsein zu entwickeln und Verantwortung zu übernehmen – für sich selbst und ihre Umwelt. Die zeitlichen Verfügbarkeiten und personellen Kapazitäten vor Ort machten in den Coronajahren eine verlässliche Planung im Kostenrahmen des Projekts für die EDEKA Stiftung kaum möglich. Zudem wären konzeptionelle Anpassungen erforderlich gewesen, welche im bestehenden Budgetrahmen nicht umsetzbar waren. Somit entschied sich die EDEKA Stiftung dazu, das Jugend-Projekt „Fit für mein Leben“ ab dem Schuljahr 23/24 nicht mehr anzubieten und sich mit der Stiftungsarbeit künftig auf das Kita- und Grundschul-Projekt sowie weiteres gesellschaftliches Engagement zu fokussieren.</p>

5. Weitere Aktivitäten

Wir berichten ausführlich über unsere Aktivitäten in unserem Nachhaltigkeitsbericht. Dieser kann unter folgendem Link abgerufen werden: [Startseite - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024](#). Die nachfolgende Tabelle zeigt auf, an welchen Stellen dort auf die Leitsätze der Klimawin BW eingegangen wird.

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	<ul style="list-style-type: none"> 12, sowie Online-Bericht Rubrik Umwelt & Energie (Link: Umwelt & Energie - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> 12, sowie Online-Bericht Rubrik Umwelt & Energie (Link: Umwelt & Energie - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)
Leitsatz 04 – Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> 11, sowie Online-Bericht Rubrik Nachhaltige Produkte (Link: Nachhaltige Produkte - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> 8, sowie Online-Bericht Rubrik Nachhaltige Produkte (Link: Nachhaltige Produkte - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	<ul style="list-style-type: none"> 6, sowie Online-Bericht Rubrik Verantwortung für Mitarbeitende (Ziel: Verantwortung für Mitarbeitende - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> 2, sowie Online-Bericht Rubrik Nachhaltigkeit bei EDEKA Südwest (Link: Anspruchsgruppen - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> 9, sowie Online-Bericht Rubrik Nachhaltige Produkte (Link: Nachhaltige Produkte - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024)

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 11 – Transparenz	<ul style="list-style-type: none">■ Online-Bericht (Link: Startseite - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024), sowie unser Nachhaltigkeitsmagazin #zukunftleben (Link: #zukunftleben – Das Nachhaltigkeitsmagazin der EDEKA Südwest)

6. Unser Klimawin BW-Projekt

Mit unserem Klimawin BW-Projekt leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

6.1 Das Projekt

Feuerwehr-Aktion

6.2 Art und Umfang der Unterstützung



Mit der jährlichen Feuerwehr-Aktion unterstützt EDEKA Südwest seit 2017 Jugendfeuerwehren im Südwesten durch den Verkauf von Aktionsprodukten.

Im Aktionszeitraum von April bis September gibt es für Kundinnen und Kunden besondere Produkte in den Märkten: die Feuerwehr-Wurst und das Feuerwehr-Steak von EDEKA Südwest Fleisch, das Feuerwehr-Ciabatta-Brötchen von der Markt-Bäckerei und das Mineralwassersortiment von Schwarzwald-Sprudel. Einen Teil der Verkaufserlöse dieser Produkte spendet EDEKA Südwest an die Landesverbände der Feuerwehren im Südwesten zur Förderung der Kinder- und Jugendfeuerwehren.

Umfang der Förderung: Im Rahmen der Feuerwehraktion wurden im Jahr 2024 44.000 Euro an die Landesverbände der

Feuerwehren im Südwesten ausgeschüttet. Seit Beginn der Aktion im Jahr 2017 konnten den Feuerwehren mehr als 320.000 Euro überreicht werden.

6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Unsere Gesellschaft kann nur gut funktionieren, wenn sich Menschen ehrenamtlich für andere engagieren. Deshalb sehen wir es als unsere Aufgabe an, das Ehrenamt zu unterstützen. Als genossenschaftlich organisiertes Unternehmen ist das für uns selbstverständlich.

Seit 2017 gibt es die Feuerwehrwurst bei EDEKA Südwest, 2019 kam das Feuerwehrsteak dazu, 2022 das Feuerwehr-Ciabatta-Brötchen, im vergangenen Jahr das Mineralwassersortiment der Marke Schwarzwald-Sprudel.

Dieses Jahr wurde außerdem eine neue Aktion etabliert. Die Feuerwehren der Region können sich bei uns auf eine ausgeschriebene Menge Saatgut bewerben, um vor Ort Blühwiesen anzulegen. Die Aktion richtet sich insbesondere an die jüngsten Mitglieder der Feuerwehr – die sogenannten Feuerwehr-Bambinis. Ziel ist es, das Engagement im Ehrenamt mit einem aktiven Beitrag zum Insektenschutz zu verbinden. Die Kinder und Jugendlichen lernen dabei spielerisch den verantwortungsvollen Umgang mit Natur und Umwelt kennen. Gemeinsam mit ihren Betreuerinnen und Betreuern können sie Flächen rund um das Gerätehaus oder an geeigneten Stellen in der Gemeinde in bunte Blühwiesen verwandeln. Um eine fachgerechte Umsetzung sicherzustellen, stellen wir neben dem Saatgut auch einen Ablaufplan sowie eine ausführliche Anleitung zur Verfügung. So wird sichergestellt, dass die Flächen ökologisch sinnvoll angelegt und langfristig gepflegt werden können. Die Aktion soll nicht nur die Artenvielfalt fördern, sondern auch den Teamgeist stärken und das Bewusstsein für ökologische Zusammenhänge schon bei den Kleinsten wecken. Im Jahr 2024 wurde die erste Blühwiese von der Kinder- und Jugendfeuerwehr Achern angelegt. Diese gehört zum Landesfeuerwehrverband Baden-Württemberg e.V., der durch die Feuerwehraktion unterstützt wird. In der Folge beteiligten sich 14 weitere Kinder- und Jugendfeuerwehren aus der Region an der Aktion und legten gemeinsam Blühflächen mit einer Gesamtfläche von 5.705 m² an.

Ausblick:

Die Feuerwehr-Aktion wird weiterhin ein wichtiger Teil unseres Beitrags zum Nachhaltigkeitsziel „Ehrenamt fördern“ (vgl. [Ehrenamt fördern - Nachhaltigkeitsbericht EDEKA Südwest 2024](#)) bleiben. Außerdem soll die Zusammenarbeit mit den Kinder- und Jugendfeuerwehren weiter ausgebaut werden, um weitere Flächen ökologisch aufzuwerten und das Bewusstsein für Natur- und Artenschutz bereits im jungen Alter zu stärken. Durch das Weiterführen der Pflanzaktionen sollen in den kommenden Jahren neue Blühflächen angelegt und damit nicht nur ein Beitrag zur Biodiversität geleistet, sondern auch das Engagement junger Menschen im Ehrenamt gefördert und sichtbar gemacht werden.



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Impressum

Herausgeber

EDEKA Südwest Stiftung & Co. KG
Edekastraße 1
Telefon: +49 781 502 0
E-Mail: nachhaltigkeit@edeka-suedwest.de
Internet: <https://verbund.edeka/suedwest/>
www.zukunftleben.de

Ansprechperson

Frau Michaela Meyer (Leitung Geschäftsbereich Nachhaltigkeit)

Stand

24.09.2025