



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

Vereinfachte Berichterstattung

2023

EDEKA SÜDWEST
STIFUNG & CO. KG



INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	3
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement	4
4. Unsere Schwerpunktthemen	5
5. Weitere Aktivitäten	8
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	8
Umweltbelange	9
Ökonomischer Mehrwert	9
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption.....	10
Regionaler Mehrwert	10
6. Unser WIN-Charta Projekt	11
7. Kontaktinformationen	13
Ansprechpartnerin / Ansprechpartner	13
Impressum	13

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

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 2022 erzielte der Verbund einen Bruttoumsatz von 66,2 Milliarden Euro und ist damit Marktführer im deutschen Lebensmitteleinzelhandel.

Während sich die Konzernzentrale übergreifenden strategischen Aufgaben widmet, gewährleisten die Regionalgesellschaften die operative Warenversorgung der ihrem Vertriebsgebiet angeschlossenen EDEKA-Märkte. EDEKA Südwest eine von sieben Regionalgesellschaften in Deutschland. Mit rund 1.130 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 Verbund-Außenumsatz von 10,3 Milliarden im Jahr 2022 wird durch rund 47.000 Mitarbeitende und 3.000 Auszubildende in 40 Berufsbildern (alle Angaben einschließlich des selbstständigen Einzelhandels) sichergestellt.

Qualität und Transparenz gewährleistet EDEKA Südwest u.a. durch eigene Produktionsbetriebe. Dazu zählen der Fleisch- und Wurstwarenhersteller Edeka Südwest Fleisch, die Bäckereigruppe Backkultur, der Spezialist für Schwarzwälder Schinken und geräucherte Produkte Schwarzwaldhof, der Mineralbrunnen Schwarzwald-Sprudel, der Ortenauer Weinkeller und der Fischwarenspezialist Frischkost.

Zugleich bilden die sechs Logistikbetriebe in Balingen, 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 Partnern unserer Markenfleischprogramme sowie der 2006 eingeführten Regionalmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ sichtbar. Mehr als 1.500 Betriebe beliefern uns mit über 330 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

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Nachhaltigkeitsbericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

Unseren Nachhaltigkeitsbericht (2022) finden Sie unter folgendem Link:

<https://nachhaltigkeitsbericht.zukunftleben.de/>

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN-CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – 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."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren WIN-Charta Unternehmen finden Sie auf <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft/win-charta/ueber-die-win-charta>.

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

WIN-Charta Unternehmen seit: 12/ 2021

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	Schwerpunktsetzung	Qualitative Dokumentation	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 02	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 03	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 04	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 05	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 06	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 07	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 08	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 09	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN-Charta Projekt: Feuerwehraktion

Schwerpunktbereich:

- | | | |
|--|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Energie und Klima | <input type="checkbox"/> Ressourcen | <input checked="" type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität | <input type="checkbox"/> Integration | |

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: Mit dem Verkauf der „Feuerwehrwurst“, des „Feuerwehrsteaks“ und des „Feuerwehr-Ciabatta“ konnten seit 2017 mehr als 200.000 Euro an die Landesfeuerwehrverbände im Südwesten gespendet werden.

4. Unsere Schwerpunktt Themen

UNSERE SCHWERPUNKTE

- **Leitsatz 5: Energie und Emissionen:** "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform."
- **Leitsatz 6: 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 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze:** "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."
- **Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken:** "Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und Beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."

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 WIN-Charta 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 fünf, sechs, sieben und zwölf werden im Nachhaltigkeitsbericht aufgezeigt.

AKTIVITÄTEN

Wir berichten in unserem Nachhaltigkeitsbericht ausführlich über unsere Aktivitäten. Dieser kann unter folgendem Link abgerufen werden: [Nachhaltigkeitsbericht 2022](#). Die nachfolgende Tabelle zeigt auf, an welchen Stellen dort auf die Schwerpunkt-Leitsätze eingegangen wird.

Schwerpunkt-Leitsatz	Siehe Seite(n)	Ziele & Indikatoren / Ergänzende Hinweise
Leitsatz 5: Energie und Emissionen	Nachhaltigkeitsbericht 2022 - Green Building ausbauen	<p>EDEKA Südwest hat das Ziel bis 2027 in 139 Märkten, die auf der Basis des EDEKA Südwest Bauleistungsverzeichnisses erstellt werden (Eigen- und Investorenprojekte), den Primärenergiebedarf zu senken und damit das ursprünglich von der EU aufgelegte GreenBuilding-Programm weiterzuführen. Bei Neubauten nach GreenBuilding-Standard muss der Primärenergieverbrauch mindestens 25 Prozent unterhalb des aktuellen Gebäudeenergiegesetzes (GEG) liegen.</p> <p>Indikator: Anzahl der Märkte, die die Anforderungen erfüllen</p> <p>2020: 90 Märkte 2021: 94 Märkte 2022: 100 Märkte</p>
Leitsatz 6: Produktverantwortung	Nachhaltigkeitsbericht 2022 - Bio-Umsatz steigern	<p>EDEKA Südwest hat das Ziel bis zum Jahr 2027 mit Bio-Artikeln einen Anteil von über 12 % am Gesamtlagerumsatz (bezogen auf Bio-relevante Warengruppen) zu erreichen. Dabei hilft die langjährige Zusammenarbeit mit den Bio-Verbänden Bioland, Demeter und Naturland. Außerdem begleitet EDEKA Südwest Erzeugerinnen und Erzeuger bei der Umstellung auf ökologische Landwirtschaft und gibt den Kaufleuten mit der Bio-Strategie sowie im persönlichen Austausch oder online praktische Hilfestellungen und Ideen.</p> <p>Indikator: Entwicklung des Bio-Anteils am Gesamtumsatz</p> <p>2020: 9,2% 2021: 10% 2022: 9,8%</p>
Leitsatz 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	Nachhaltigkeitsbericht 2022 - Ausbildungsquote erhöhen	<p>EDEKA Südwest hat sich als Ziel gesetzt bis zum Jahr 2027 eine Ausbildungsquote im Verhältnis zu allen sozialversicherungspflichtigen aktiven Beschäftigten von mindestens 5 % zu erreichen.</p>

Die Ausbildung junger Menschen ist für EDEKA Südwest Zukunftssicherung und gesellschaftliche Verantwortung zugleich. Außerdem sind zufriedene, gut ausgebildete und motivierte Mitarbeitende jeden Alters und jedweder Herkunft eine entscheidende Säule für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Indikator: Entwicklung der Ausbildungsquote

2020: 4%

2021: 4%

2022: 3%

Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

[Nachhaltigkeitsbericht 2022 - Mehr bewegen-besser essen](#)

Es ist das Ziel von EDEKA Südwest Kundinnen und Kunden für eine nachhaltigere Lebensweise zu sensibilisieren. Daher hat sich der Unternehmensverbund das Ziel gesetzt, an Grundschulen im Vertriebsgebiet von EDEKA Südwest bis zum Schuljahr 2026/2027 insgesamt 1.959 Projekt-tage (kumuliert seit dem Schuljahr 2013/2014) des Programms „Mehr bewegen – besser essen“ zu veranstalten. Durch die Vermittlung von Wissen rund um eine ausgewogene Ernährung gibt EDEKA Südwest den Jüngsten eine Basis für Ihr ganzes Leben.

Indikator: Anzahl Projekt-tage

2019/20: 915

2020/21: 944

2021/22: 944

5. Weitere Aktivitäten

Wir berichten ausführlich über unsere Aktivitäten in unserem Nachhaltigkeitsbericht 2022. Dieser kann unter folgendem Link abgerufen werden: [Nachhaltigkeitsbericht 2022](#). Die nachfolgenden Tabellen zeigen auf, an welchen Stellen dort auf die Leitsätze der WIN-Charta eingegangen wird.

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: <i>"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."</i>	Frauen fördern Fachkräfte ausbilden Lieferanten bewerten
Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: <i>"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."</i>	Familien stärken Mehr für die Gesundheit tun Mitarbeitergespräche führen Fachkräfte ausbilden
Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: <i>"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."</i>	Anspruchsgruppen Kundschaft sensibilisieren

Umweltbelange

Leitsatz	Siehe Seite(n)
	Lebensmittel wertschätzen
	Unverpacktes Obst und Gemüse
Leitsatz 04 – Ressourcen: <i>"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."</i>	Sich für das Tierwohl einsetzen
	Bäume pflanzen
	Verpackung verändern
	Nur zertifiziertes Palmöl

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: <i>"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."</i>	Apeel-Schutzhülle
	ScienceNetwork
	InnovationLab

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: <i>"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."</i>	EDEKA Südwest bindet Nachhaltigkeitsstrategie in Konzernfinanzierung ein
Leitsatz 10 – Anti-Korruption: <i>"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."</i>	Ombudsstelle Verantwortung in der Beschaffung

Regionaler Mehrwert

Leitsatz	Siehe Seite(n)
Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: <i>"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."</i>	Regionalität steigern Ehrenamt fördern Artenvielfalt fördern

6. Unser WIN-Charta Projekt

Mit unserem WIN-Charta Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Feuerwehr-Aktion: Gutes genießen und gleichzeitig etwas Gutes tun! Eines der 27 Nachhaltigkeitsziele von EDEKA Südwest bis 2027 lautet: das Ehrenamt fördern. Dem eigenen Nachhaltigkeitsziel folgend, unterstützt EDEKA Südwest seit 2017, im Rahmen der jährlichen Feuerwehraktion durch den Verkauf von Aktionsprodukten, die Jugendfeuerwehren im Absatzgebiet.



ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Im Aktionszeitraum von April bis September erhalten unsere Kundinnen und Kunden in unseren Märkten die Feuerwehr-Wurst und das Feuerwehr-Steak und, in 2022 neu, das Feuerwehr-Ciabatta-Brötchen. Einen Teil der Verkaufserlöse dieser Produkte spendet EDEKA Südwest an die Landesverbände der Feuerwehren im Südwesten zur Förderung der Kinder- und Jugendfeuerwehren.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Mit der Feuerwehraktion generieren wir einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften. Die Aktion findet seit 2017 jährlich statt. Insgesamt konnten schon mehr als 200.000 Euro an die Landesverbände der Feuerwehren gespendet werden.

Einige Beispiele, wie die Feuerwehren das gespendete Geld genutzt haben, sind das „KaReVeTo-Spiel“ und Kindergruppen-Kisten in Baden-Württemberg, Fortbildungen für Führungskräfte der Jugendfeuerwehren in Rheinland-Pfalz und das Projekt „Zukunftswerkstatt“ für

Jugendgruppensprecherinnen und -sprecher im Saarland. Außerdem wurden die Jugendfeuerwehren in Hessen mit Handbüchern, Experimentierkoffern und Mannschaftszelten unterstützt.

AUSBLICK

Die Feuerwehr-Aktion wird weiterhin ein wichtiger Teil unseres Beitrags zum Nachhaltigkeitsziel „Ehrenamt fördern“ (vgl. [Nachhaltigkeitsbericht 2022 - Ehrenamt fördern](#)) bleiben. Die Feuerwehr-Aktionsprodukte werden im Jahr 2023 um ein weiteres Produkt ergänzt. Ab 2023 wird neben den Spezialitäten von EDEKA Südwest Fleisch und dem Feuerwehr-Ciabatta-Brötchen in den Markt-Bäckereien auch ein Teil des Verkaufserlöses des Mineralwassersortiments von Schwarzwald Sprudel gespendet.

7. Kontaktinformationen

Ansprechperson

Frau Michaela Meyer (Leitung Geschäftsbereich Nachhaltigkeit)

nachhaltigkeit@edeka-suedwest.de

Impressum

Herausgegeben am 01.03.2024 von

EDEKA Südwest Stiftung & Co. KG

Edekastraße 1

77656 Offenburg

Telefon: 0781 502-0

www.verbund.edeka/suedwest

www.zukunftleben.de

