



# WIN-CHARTA ZIELKONZEPT

2022

EDEKA HANDELSGESELLSCHAFT  
SÜDWEST MBH



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns</b>	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta</b>	<b>2</b>
<b>3. Unsere Schwerpunktthemen</b>	<b>4</b>
<b>4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen</b>	<b>6</b>
Schwerpunktthema: Leitsatz 05 - Energie und Emissionen	6
Schwerpunktthema: Leitsatz 06 - Produktverantwortung	8
Schwerpunktthema: Leitsatz 07 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	10
Schwerpunktthema: Leitsatz 12 - Anreize zum Umdenken	12
<b>5. Weitere Aktivitäten</b>	<b>14</b>
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden	14
Umweltbelange	15
Ökonomischer Mehrwert	16
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	17
Regionaler Mehrwert	18
<b>6. Unser WIN!-Projekt</b>	<b>19</b>
<b>7. Kontaktinformationen</b>	<b>21</b>
Ansprechpartnerin/ Ansprechpartner	21
Impressum	21

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

EKEKA Südwest ist die zweitgrößte Regionalgesellschaft, die als regionaler Akteur zum bundesweiten EDEKA-Verbund gehört. Genossenschaftlich organisiert, bringt EDEKA Südwest selbständige Kaufleute zusammen und unterstützt Existenzgründer.

Heute gehören rund 1.110 Märkte, sechs Logistikzentren und sechs Produktionsbetriebe in fünf Bundesländern zu EDEKA Südwest. Einzelhandel, Großhandel und Produktionsbetriebe bilden zusammen das Rückgrat des Unternehmensverbunds: ein Zahnrad greift ins andere. Zu Letzteren zählen der Fleisch- und Wurstwarenhersteller EDEKA Südwest Fleisch, die Backbetriebe Backkultur, der Spezialist für Schwarzwälder Schinken und geräucherte Produkte Schwarzwaldhof, der Mineralbrunnen Schwarzwald-Sprudel, der Ortenauer Weinkeller und der Fischwarenspezialist Frischkost.

Regionalität wird auch in der Zusammenarbeit mit mehr als 1.500 Erzeugern und Verarbeitungsbetrieben in unserem Vertriebsgebiet sichtbar, die für die Südwest-Regionalmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ Lebensmittel herstellen, teils in Bio-Qualität. Das schafft und bindet Kaufkraft vor Ort, sichert Arbeitsplätze und schont die Umwelt.

Mit einem Verbund-Außenumsatz 2020 von rund 9,9 Mrd. Euro, über 44.000 Mitarbeitenden sowie rund 3.000 Auszubildenden in über 30 Ausbildungsberufen und dualen Studiengängen (alle Angaben einschließlich des selbstständigen Einzelhandels) ist EDEKA Südwest einer der größten Arbeitgeber und Ausbilder in der Region. Das Geschäftsgebiet von EDEKA Südwest erstreckt sich über Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, das Saarland, den Süden Hessens und Teile Bayerns.

Mehr Informationen finden Sie unter [www.verbund.edeka/südwest](http://www.verbund.edeka/südwest).

## 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**

# DIE WIN-CHARTA

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 Mitarbeitende 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 Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf [www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig](http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig).

## 3. Unsere Schwerpunktt Themen

### KÜNFTIGE SCHWERPUNKTE UNSERER NACHHALTIGKEITSARBEIT

Im Jahr 2022 konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

- **Leitsatz 5: Energie und Emissionen:** "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."
- **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

Zu Leitsatz 5: Die fachgerechte Kühlung von Lebensmitteln verbraucht viel Energie. Dies betrifft sowohl die Märkte, die Logistik sowie die Logistikstandorte als auch die Produktionsbetriebe von EDEKA Südwest. Auch die Beleuchtung hat einen großen Einfluss auf den Energiebedarf. Deshalb orientiert sich EDEKA Südwest bei Neubauten an den ambitionierten „GreenBuilding“-Anforderungen, die 2012 von der Europäischen Union formuliert wurden.

Zu Leitsatz 6: Der Anbau, die Weiterverarbeitung und der Transport von Lebensmitteln bringen ökologische und gesellschaftliche Herausforderungen mit sich. Wir arbeiten deshalb u.a. in immer größerem Umfang vertrauensvoll mit regionalen (Bio-)Betrieben und mit den Bio-Verbänden Bioland, Demeter und Naturland zusammen, die für eine umweltschonendere Landwirtschaft stehen und zum Erhalt wertvoller Ökosysteme beitragen. Mit dem Bio-Sortiment der Eigenmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ setzt EDEKA Südwest Maßstäbe für den ressourcenschonenderen Anbau hochwertiger Lebensmittel in der Region.

Zu Leitsatz 7: Gut ausgebildete und geschulte Fachkräfte sind Garanten für einen nachhaltigen Unternehmenserfolg. Nur im perfekt abgestimmten Zusammenspiel von Mitarbeitenden in Märkten, Produktion, Logistik und Verwaltung kann EDEKA Südwest seine komplexen Aufgaben erfüllen. Kontinuierliche Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen – und damit gute Karrierechancen gerade auch für junge Mitarbeitende und Berufsstarter – erhöhen zudem unsere Attraktivität als Arbeitgeber und steigern die Mitarbeiterzufriedenheit. Das hohe Maß an Mitarbeiterzufriedenheit drückt sich darüber hinaus in einer langen Betriebszugehörigkeit aus. Auch dem zunehmenden Fachkräftemangel können wir nur entgegenwirken, indem wir u.a. eine bedarfsgerechte Aus- und Weiterbildung bieten und unsere Fach- und Führungskräfte aus den eigenen Reihen weiterbilden. Das heißt wir müssen Potentiale erkennen und

## UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

bestmöglich entwickeln. Ein wichtiger Baustein in der Aus- und Weiterbildung ist die Möglichkeit des flexiblen Lernens durch digitale bzw. mobile Angebote. Das im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsberichts gesetzte Ziel aus dem Jahr 2016, mehr Schulungen für Mitarbeitende durchzuführen, ist bereits erreicht. Nicht zuletzt hat EDEKA Südwest als einer der größten Arbeitgeber der Region eine gesellschaftliche Verantwortung: den Menschen vor Ort sichere Arbeitsplätze zu bieten.

Zu Leitsatz 12: Den Menschen in unserer Region qualitativ hochwertige Lebensmittel anzubieten, versteht EDEKA Südwest als seine Kernaufgabe. Was uns besonders auszeichnet, ist der genossenschaftliche Gedanke und damit unser Selbstverständnis. Wir sind tief verwurzelt in unserer Region und wollen einen Beitrag zu unserer Gemeinschaft sowie einem funktionierenden Miteinander leisten. Als Lebensmittelhändler geben wir unsere Expertise weiter. Wir stärken die Gesundheits- und Ernährungskompetenz durch gezielte Bildungsmaßnahmen in Kindergärten und Schulen und durch Ernährungsservice-Mitarbeitende in den Märkten. Immer mehr Kundinnen und Kunden möchten wissen, wie und wo Lebensmittel hergestellt werden und welche Auswirkungen die Produktion auf Menschen, Tier und Umwelt hat. Wir bieten deshalb größtmögliche Transparenz.

## 4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

### Schwerpunktthema: Leitsatz 05 - Energie und Emissionen

#### WO STEHEN WIR?

EDEKA Südwest möchte den Primärenergiebedarf von Märkten und Logistikgebäuden senken und die Energieeffizienz steigern. Deshalb erarbeiten wir bei jedem Neubau ein maßgeschneidertes, nachhaltiges Energiekonzept. Zusätzlich investieren wir in die energetische Sanierung von Bestandsgebäuden.

**In unserem Bauleistungsverzeichnis haben wir die Green Building-Standards (KfW-Effizienzhaus 40) hinterlegt. Das ehemalige EU-Programm schreibt vor, dass der Energiebedarf eines neugebauten Gebäudes um mindestens 25 Prozent geringer sein muss als durch die aktuelle Energiesparverordnung (EnEV) vorgegeben. Die Sanierung eines Bestandsgebäudes muss den Energieverbrauch um mindestens 25 Prozent senken. Für diesen Leitsatz messen wir im Rahmen der WIN-Charta die Anzahl der Märkte, die die Green Building-Anforderungen erfüllen. 90 Märkte im Verbund von EDEKA Südwest erfüllten 2020 diese Green-Building-Anforderungen.**

Für die selbstständigen Kaufleute des Verbunds hat EDEKA Südwest ein eigenes Förderprogramm für energetische Sanierung (FESA) initiiert. Es umfasst Energieaudits nach DIN EN 16247 und bezuschusst die Umstellung auf eine effizientere Anlagentechnik wie zum Beispiel Wärmerückgewinnung und Wärmepumpen sowie den Einsatz von LED-Beleuchtung und CO<sub>2</sub>-Kälteanlagen.

Immer mehr Märkte im Verbund von EDEKA Südwest nutzen alternative Energiequellen wie Geothermie, Wärmerückgewinnungssysteme und Photovoltaik-Anlagen. EDEKA Südwest bezog im Jahr 2020 einen Strommix mit einem Anteil an erneuerbaren Energien von über 60 Prozent über die EDEKA Versorgungsgesellschaft (EVG) in Hamburg. Unser Ziel ist es, künftig auf 100% Ökostrom umzustellen. Sowohl in den Märkten als auch in Produktion und Logistik ist ein sogenanntes Energiemanagement-Controlling-System (EMCS) im Einsatz. Neben der Messung, Erfassung und Auswertung aller relevanten Energieverbräuche beinhaltet es die automatisierte Kühlstellenüberwachung sowie ein Alarmsystem. Außerdem hilft es dabei, Optimierungsmöglichkeiten zu erkennen. Um den Klimaschutz zu fördern und dazu beizutragen, dass der weltweite Temperaturanstieg begrenzt wird, arbeiten wir kontinuierlich daran, unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen zu verringern (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 54).

EDEKA Südwest möchte einen Beitrag dazu leisten, Natur und Umwelt für nachfolgende Generationen zu erhalten. Deshalb reduzieren wir unseren Ressourcenverbrauch und nutzen Innovationen für mehr Energieeffizienz. Wo möglich, sparen wir Material ein oder machen dieses kreislauffähig.

#### WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Ab 2022 werden wir die Festschreibung des GreenBuilding-Standards (KfW-Effizienzhaus 40) in unser Bauleistungsverzeichnis aufnehmen. Dadurch wird sich die Anzahl der GreenBuilding-Märkte erhöhen.



# ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

## DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

2027 erfüllen 139 Märkte, die auf der Basis des EDEKA Südwest-Bauleistungsverzeichnisses erstellt werden (Eigen- und Investorenprojekte), die GreenBuilding-Anforderungen.

## Schwerpunktthema: Leitsatz 06 - Produktverantwortung

### WO STEHEN WIR?

Die EDEKA Zentrale auf nationaler Ebene sowie EDEKA Südwest wollen gemeinsam nicht nur einzelne Produkte, sondern übergreifende Lieferketten systematisch und langfristig nachhaltiger gestalten. Um den ökologischen Fußabdruck von EDEKA zu reduzieren und den Verbund insgesamt sowie die angebotenen Produkte immer nachhaltiger zu gestalten, arbeitet die EDEKA Zentrale seit dem Jahr 2009 mit dem World Wide Fund For Nature (WWF) zusammen. Alle strategischen Lieferanten von EDEKA Südwest (über 75 Prozent des Gesamtumsatzes) sind seit dem Jahr 2018 in unserem eigenen Lieferantenbewertungs-Tool erfasst. Hier fließen Daten aus den Bereichen Logistik, Qualitätsmanagement, Wirtschaftlichkeit und Zertifikatspflege zusammen (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 38). Um ein Höchstmaß an Lebensmittelsicherheit zu gewährleisten, haben wir ein eigenes Qualitäts- und Sicherheitssystem. Zusätzlich zertifiziert EDEKA Südwest seine Produktionsbetriebe nach dem „International Featured Standard Food“ (IFS). Für unsere Eigenmarken und selbst erzeugten Produkte können wir eigene Standards setzen (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 37).

EDEKA Südwest stellt seine Eigenmarkenprodukte bzw. selbst hergestellten Erzeugnisse auf zertifiziertes Palmöl um. Wenn es sinnvoll ist, verzichten wir auf Palmöl (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 32).

Einer der Schwerpunkte unseres Sortiments liegt auf Erzeugnissen regionaler Herkunft. Alle Produkte der Eigenmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ werden in Bundesländern unseres Vertriebsgebietes geerntet, verarbeitet und verpackt. Eine weitere Grundvoraussetzung für die Produkte der regionalen Eigenmarke ist das Qualitätszeichen des jeweiligen Bundeslandes, wie zum Beispiel das Qualitätszeichen Baden-Württemberg. Die Produkte erfüllen darüber hinaus strenge Qualitätskriterien und sind u.a. gentechnikfrei. Das Sortiment bauen wir kontinuierlich aus. Mit den Eiern der Eigenmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ bietet EDEKA Südwest seinen Kundinnen und Kunden frische Eier aus regionaler Erzeugung. Wir arbeiten daran, weitere Eier-Erzeuger für „Unsere Heimat – echt & gut“ zu gewinnen. EDEKA Südwest unterstützt bereits seit dem Jahr 2017 die Initiative „Huhn & Hahn“, bei der auch die männlichen Küken aufgezogen werden. Inzwischen kommen alle Frischeier von „Unsere Heimat – echt & gut“ von Höfen der „Huhn & Hahn“-Initiative. (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 41).

**Darüber hinaus arbeiten vertrauensvoll mit regionalen Bio-Betrieben und mit den Bio-Verbänden Bioland, Demeter und Naturland zusammen, die für eine umweltschonendere Landwirtschaft stehen und einen Beitrag zum Erhalt wertvoller Ökosysteme leisten. Auch 2020 haben wir neue Bio-Produkte in unser Sortiment aufgenommen, so dass unser Angebot durchschnittlich etwa 2.800 Bio-Artikel umfasst. Seit 2020 sind zudem alle ökologisch erzeugten Obst- und Gemüse-Artikel der regionalen Eigenmarke „Unsere Heimat – echt & gut BIO“ Verbandsware (Bioland, Demeter und Naturland). Unsere Mitarbeitenden bilden wir entsprechend weiter: Seit dem Jahr 2019 haben bereits 85 Mitarbeitende (Stand: 2020) die Fachkräfteausbildung „Fachkraft Bio“ absolviert. Für diesen Leitsatz messen wir im Rahmen der WIN-Charta den Bio-Anteil.**

Im Jahr 2018 hat EDEKA Südwest mit der Entwicklung eigener Tierschutzmanagement-Standards für die Rinder- und Schweineschlachtung begonnen. Ziel ist es, potenzielle Tierschutzrisiken in den uns beliefernden Schlachthöfen noch besser zu kennen, zu überwachen und belegbar zu beherrschen (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 41). Der Bezug von Schweine- und Geflügelfleisch von regionalen

# ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

Erzeugern ist für EDEKA Südwest ein wichtiger Beitrag zur Unterstützung der heimischen Landwirtschaft. Unsere Eigenmarken Gutfleisch, Hofglück sowie Schweinefleisch unserer ökologisch wirtschaftenden Partnerbetriebe stehen für Ganztierversmarktung. Hofglück steht darüber hinaus für Fleisch der Premiumstufe: Es ist mit zwei von zwei möglichen Sternen des Tierschutzlabels „Für Mehr Tierschutz“ des Deutschen Tierschutzbundes gekennzeichnet und trägt die höchste Stufe 4 der „Haltungsform“-Kennzeichnung (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 42). • Bei Rindern ist aus Tierschutzgründen die Weidehaltung im Sommer der ganzjährigen Stallhaltung vorzuziehen. Deshalb arbeitet EDEKA Südwest Fleisch mit der Erzeugergemeinschaft Schwarzwald Bio-Weiderind zusammen. Ziel ist es, die Zahl der vermarkteten Schwarzwald Bio-Weiderinder zu erhöhen (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 43). Mit Vertretern der Milchwirtschaft, Landwirten, Nichtregierungsorganisationen und dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg haben wir 2021 einen Runden Tisch ins Leben gerufen. Ziel ist es, gemeinsam Lösungen zu finden, mit denen Kälber aus der Milchwirtschaft innerhalb unseres Vertriebsgebiets aufgezogen werden können oder das Kalbfleisch regional vermarktet werden kann. EDEKA Südwest möchte die natürliche und traditionelle Schafhaltung mit regionalen Markenfleischprogrammen für Lamm aus Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz unterstützen. Dafür haben wir Kooperationen mit regionalen Erzeugergemeinschaften geschlossen: Grünland Spessart Lamm, Rheinland-Pfälzer Lamm und Württemberger Lamm (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 44).

In weiten Teilen der Gesellschaft wächst das Interesse an vegetarischer und veganer Ernährung. Auch für die sogenannten Flexitarier sind vegane und vegetarische Alternativen ein wichtiges Thema. EDEKA Südwest Fleisch hat daher das Sortiment seiner sogenannten Vegitheken erweitert und verfeinert. Dabei spielt neben Frische der Aspekt Regionalität eine besonders wichtige Rolle (vgl. Nachhaltigkeitsbericht, S. 45).

## WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Wir sehen im Bio-Bereich weiterhin ein großes Wachstumspotential und bauen unser Bio-Sortiment deshalb weiter aus. Dafür begleiten wir auch die Erzeuger bei der Umstellung auf den Bio-Anbau. Wir verstärken unsere Werbemaßnahmen und geben den Kaufleuten im Rahmen unserer Bio-Strategie beispielsweise im persönlichen Austausch oder online praktische Hilfestellungen und Ideen – u.a. zu Bio-Sonderaufbauten im Markt und speziellen Fachkräfteausbildungen.

## DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

Mit unseren Bio-Artikeln erreichen wir 2027 einen Anteil über 12 % am Gesamtlagerumsatz, bezogen auf bio-relevante Warengruppen.

## Schwerpunktthema: Leitsatz 07 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

### WO STEHEN WIR?

Unsere Pflicht als einer der größten Arbeitgeber in der Region ist es viele Auszubildene zu betreuen. Zudem ist es ein Muss, um auch künftig alle Arbeitsplätze durch Arbeitnehmende mit den entsprechenden Qualifikationen besetzen zu können, was durch den Fachkräftemangel immer schwieriger wird. Mit dem Siegel „Zertifizierter Ausbildungsbetrieb“ sichert EDEKA Südwest den Auszubildenden beste Ausbildungsmöglichkeiten zu: Strenge Qualitätsvorgaben geben den jungen Menschen die Sicherheit, über den gesamten Ausbildungszeitraum optimal ausgebildet zu werden. Der Verlauf der Ausbildung entspricht den EDEKA-Ausbildungsrichtlinien und beinhaltet zusätzlich zur Berufsbildenden Schule Seminare, Prüfungsvorbereitungen und E-Learning-Kurse zur Vorbereitung auf den Abschluss. Für diesen Leitsatz messen wir im Rahmen der WIN-Charta die Ausbildungsquote. Im Jahr 2020 lag unsere Ausbildungsquote bei 4 Prozent.

Zufriedene, gut ausgebildete und motivierte Mitarbeitende jeden Alters und jedweder Herkunft sind eine entscheidende Säule für einen nachhaltigen Erfolg. Wir fördern jeden Mitarbeitenden entsprechend seiner persönlichen Fähigkeiten, pflegen einen fairen Umgang miteinander und wir sorgen für größtmögliche Chancengleichheit. Von der Wertschätzung bei EDEKA Südwest profitiert jeder Mitarbeitende nicht nur täglich an seinem Arbeitsplatz, sondern auch in seiner privaten Situation. Und nicht zuletzt profitiert das Unternehmen, denn unsere Wertvorstellungen und ein wertschätzender Umgang tragen dazu bei, dass wir als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden.

Kontinuierliche Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen – und damit gute Karrierechancen, gerade auch für junge Mitarbeitende und Berufsstarter – erhöhen zudem unsere Attraktivität als Arbeitgeber und steigern die Mitarbeiterzufriedenheit. Ein hohes Maß an Mitarbeiterzufriedenheit drückt sich darüber hinaus in einer langen Betriebszugehörigkeit aus. Dem zunehmenden Fachkräftemangel können wir nur entgegenwirken, indem wir u.a. eine bedarfsgerechte Aus- und Weiterbildung bieten und Fach- und Führungskräfte aus den eigenen Reihen weiterbilden.

Zudem unterstützt EDEKA Südwest jedes Jahr Kaufleute beim Schritt in die Selbständigkeit.

### WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Wir unternehmen große Anstrengungen, um unsere Ausbildungsquote zu erhalten. Diese setzen bereits bei Schülern der Klasse sieben an. Sie sollen möglichst früh für den Lebensmittelhandel und die Produktion begeistert werden. Die Kontaktaufnahme mit den potenziellen Bewerbern für einen Ausbildungsplatz erfolgte 2020 durch:

- das EDEKA-Frischemobil: ein umgebauter Linienbus, der verschiedene Stationen beinhaltet. Anhand der Stationen lernen die Schülerinnen und Schüler die EDEKA-Ausbildungsberufe an Schulen und Ausbildungsmessen kennen (pandemiebedingt nur eingeschränkt möglich)
- die Teilnahme an Berufs- und Bildungsmessen

## ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

- den sogenannten EDEKA-Schülerwettbewerb im Schuljahr 19/20 mit 1.103 Schülern in 97 Teams
- 35 Schüler- und Hochschulpraktika inkl. Traineeships
- 24 Bildungskooperationen mit Schulen
- die Berufsorientierungsveranstaltung whatchaSKOOL
- die Kommunikation in sozialen Medien wie Facebook, Youtube, Instagram und TikTok
- die Webseite hier-bleib-ich.com, auf der im Rahmen der Ausbildungskampagne „Hier bleib ich“ u.a. insgesamt 15 Azubi-Botschafter Aspekte zur Ausbildung bei EDEKA Südwest erläutern
- die Zusammenarbeit mit Influencern
- aufmerksamkeitsstarke Aktionen, zum Beispiel mit dem WWF-Panda als Maskottchen

Mit diesen und weiteren Maßnahmen möchten wir unsere Ausbildungsquote in den nächsten Jahren weiter erhöhen.

### DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

Die Ausbildungsquote beträgt bis 2027 im Verhältnis zu allen sozialversicherungspflichtigen aktiven Arbeitnehmenden mindestens 5 %.

# ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

## Schwerpunktthema: Leitsatz 12 - Anreize zum Umdenken

### WO STEHEN WIR?

Kundinnen und Kunden sensibilisieren wir für eine nachhaltigere Denkweise. EDEKA Südwest informiert, schult, sensibilisiert, motiviert und fördert auch ihre Mitarbeitenden in dieser Hinsicht. Als Lebensmittelhändler geben wir unsere Expertise weiter. Wir stärken die Gesundheits- und Ernährungskompetenz durch gezielte Bildungsmaßnahmen in Kindergärten und Schulen und durch Ernährungsservice-Mitarbeitende in den Märkten. (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 62).

**Kinder und Jugendliche sollen möglichst früh lernen, wie entscheidend gesunde Ernährung und Bewegung für ihr ganzes Leben sind. EDEKA Südwest greift deshalb die Initiativen der EDEKA Stiftung „Mehr bewegen – besser essen“ und „Fit für mein Leben“ auf und bringt sie an Schulen im Vertriebsgebiet. Beide Projekte verfolgen das Ziel, Kindern und Jugendlichen Wissen über Ernährung und Bewegung zu vermitteln. Der EDEKA Stiftung obliegt die Planung der Projektstage. EDEKA Südwest unterstützt zusätzlich bei der Suche von Projektpaten und der Kommunikation. Die Durchführung erfolgt in Zusammenarbeit mit Kaufleuten innerhalb des Vertriebsgebietes der Region EDEKA Südwest. Für diesen Leitsatz messen wir im Rahmen der WIN-Charta die Projektstage der genannten Projekte. Die Zahl der Projektstage ist aufgrund der Corona-Einschränkungen im letzten Jahr weniger stark gestiegen. Stand 2020 konnten insgesamt bereits 915 „Mehr bewegen – besser essen“ -Projektstage und 72 „Fit für mein Leben“-Projektstage durchgeführt werden.**

Mit sogenannten Baumpflanzpunkten belohnt EDEKA Südwest Kundinnen und Kunden, die nachhaltigere Verpackungen nutzen. Wer in teilnehmenden Märkten Mehrwegnetze für Obst und Gemüse, Mehrwegboxen für den Einkauf an der Bedientheke sowie Brotbeutel oder Mehrwegbecher an der Backwaretheke verwendet, bekommt einen Klebepunkt bzw. Stempel auf einer sogenannten Baumpflanzkarte. Pro ausgefüllter Karte mit zehn Punkten pflanzen die Kaufleute des EDEKA-Verbands im Südwesten einen Baum, örtliche Schulen und Vereine helfen mit (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 55).

EDEKA Südwest erstellt jedes Jahr im Wechsel einen Nachhaltigkeits- oder Fortschrittsbericht. Unseren aktuellen Nachhaltigkeitsbericht (2020) finden Sie unter folgendem Link: [http://ebook.zukunftleben.de/nachhaltigkeitsbericht\\_2020/#0](http://ebook.zukunftleben.de/nachhaltigkeitsbericht_2020/#0). Auch in der Einkaufspolitik zeigt sich unser Verantwortungsbewusstsein durch unsere Anforderungen an uns und unsere Handelspartner in Bezug auf verschiedene Themenfelder.

### WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Um die Anzahl der Projektstage weiterhin zu steigern, werden wir zur Erhöhung der Bekanntheit die Werbung und Öffentlichkeitsarbeit für die Aktionen weiter forcieren. Zusätzlich sollen weitere Kaufleute als Paten für die Schulaktionen gewonnen werden.

# ZIELSETZUNG ZU UNSEREN SCHWERPUNKTTHEMEN

## DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

Projekt „Mehr bewegen – besser essen“:

An Grundschulen im Vertriebsgebiet von EDEKA Südwest haben bis zum Schuljahr 2026/2027 insgesamt 1.959 Projekttag stattgefunden (kumuliert seit dem Schuljahr 2013/2014).

Projekt „Fit für mein Leben“:

An Schulen im Vertriebsgebiet von EDEKA Südwest sind bis zum Schuljahr 2026/2027 422 Projekttag durchgeführt worden (kumuliert seit dem Schuljahr 2017/2018).

## 5. Weitere Aktivitäten

### Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

#### LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Im kontinuierlichen Austausch mit verschiedenen Anspruchsgruppen hat EDEKA Südwest seine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt und überprüft sie regelmäßig. In den Entscheidungsprozess sind Mitarbeitende aus allen Geschäftsbereichen eingebunden. (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 12f.)
- Jeder Mitarbeitende soll bei uns die gleichen Möglichkeiten bekommen, sich zu entwickeln und seine individuellen Potentiale auszuschöpfen. Dies gilt ungeachtet seines Geschlechts, Alters, seiner kulturellen Herkunft, sexuellen Orientierung, Religion, Behinderung oder Weltanschauung. Von dieser Wertschätzung profitiert jeder Mitarbeitende nicht nur täglich an seinem Arbeitsplatz, sondern auch in seiner privaten Situation.
- EDEKA Südwest toleriert kein gesetzes- oder regelwidriges Verhalten. Über interne Richtlinien hat das Unternehmen einen verbindlichen Verhaltenskodex für seine Mitarbeitenden festgelegt. Die Führungskräfte von EDEKA Südwest sollen hierbei Vorbild für ihre Mitarbeitenden sein.
- EDEKA Südwest bildet den Großteil seiner Fach- und Führungskräfte selbst aus. Vor allem im Frischebereich erwarten unsere Kundinnen und Kunden Fachwissen und eine gute Beratung. Zu allen Seminaren gibt es regelmäßige Auffrischkurse, um das Fachwissen der Mitarbeitenden auf dem aktuellen Stand zu halten. EDEKA Südwest bietet sowohl individuelle Fachausbildungen und Weiterbildungen, zum Beispiel zum Seafood-Experten, als auch Programme für Quereinsteiger. Außerdem können wir auf diese Weise Mitarbeitende für EDEKA Südwest gewinnen und langfristig im Unternehmen halten.
- Die Frauenquote auf den ersten vier Führungsebenen bei EDEKA Südwest lag im Jahr 2020 bei 24 Prozent. Ziel ist es diese gut ausgebildeten und motivierten Mitarbeiterinnen ans Unternehmen zu binden, zu fördern, weiter zu qualifizieren und für Führungsaufgaben zu motivieren. (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 22)

#### LEITSATZ 02 –WOHLBEFINDEN DER MITARBEITENDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Gesundheit ist eine Grundvoraussetzung, um die Zufriedenheit, Motivation und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu erhalten. Das Betriebliche Gesundheitsmanagement geht dabei gezielt auf die unterschiedlichen Belastungen der Arbeitswelt und die Lebensphasen ein und setzt Impulse, um die Gesundheit der Mitarbeitenden zu fördern. Hierbei werden sowohl Themen der Arbeitssicherheit als auch allgemeine physische wie psychische Aspekte einbezogen. Jährlich werden mindestens zwei größere Maßnahmen umgesetzt, die eine möglichst hohe Anzahl an Mitarbeitenden ansprechen.
- Im Fokus der familien- und lebensphasenbewussten Personalpolitik bei EDEKA Südwest stehen Mitarbeitende mit Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen. Dafür möchten wir bei EDEKA



## WEITERE AKTIVITÄTEN

Südwest und allen Tochterunternehmen das Audit „berufundfamilie“ erfolgreich durchführen. Zu den bereits etablierten Angeboten werden nach und nach weitere Maßnahmen festgelegt. Bewährte Maßnahmen werden zudem weiterentwickelt und ausgebaut (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 23).

- Die konsequente Weiterentwicklung der Mitarbeitenden ist für EDEKA Südwest ein wichtiges Thema, deshalb führen wir mit unseren Mitarbeitenden jährlich ein sogenanntes Feedback- & Entwicklungsgespräch. Das betrifft alle Mitarbeitende, die länger als zwei Jahre im Unternehmen sind und im Bereich Logistik ab Schichtleitererebene arbeiten. Zur Vorbereitung und Durchführung des Gesprächs schulen wir sowohl die Mitarbeitenden als auch die Vorgesetzten mit einem Kurs auf unserer digitalen Lernplattform, dem Wissensportal (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 29).
- Mitarbeitenden an unseren Verwaltungs- und Logistikstandorten steht eine Kantine zur Verfügung.
- Wir statten Arbeitsplätze ergonomisch sinnvoll aus.
- Wir verteilen kostenlos Äpfel und Wasser in den Logistikbetrieben an unsere Mitarbeitenden.

### LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir haben Kundinnen und Kunden, Partner, Mitarbeitende, Lieferanten, Kapitalgeber sowie die Öffentlichkeit als unsere wesentlichen Anspruchsgruppen identifiziert, mit denen wir an verschiedenen Orten ins Gespräch kommen. Zusätzlich haben wir verschiedene Eigenmedien, mit denen wir gezielt bestimmte Anspruchsgruppen umfassend informieren. Unser Ziel ist es weiterhin einen guten Austausch mit unseren Anspruchsgruppen zu pflegen. (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 12f.)
- Eine von EDEKA Südwest eingerichtete Ombudsstelle gibt allen Beteiligten entlang der Lieferkette die Möglichkeit, Unrechtmäßigkeiten zu melden. Diese nimmt Hinweise und Verstöße jeglicher Form auf.

## Umweltbelange

### LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- EDEKA Südwest setzt sich entlang der gesamten Lieferkette – lokal bis überregional – dafür ein, knappe natürliche Ressourcen zu schonen und Ökosysteme zu schützen.
- Bei der Produkt- und Verpackungsentwicklung gehen wir den sogenannten „goldenen Weg“: Im ersten Schritt prüfen wir, ob wir auf eine Verpackung verzichten können. Ist das nicht möglich, geht es um den sinnvollen Einsatz. Das heißt, wir arbeiten daran nach Möglichkeit das Verpackungsmaterial zu reduzieren und nachwachsende Rohstoffe zu verwenden. Dabei spielen Mehrweglösungen sowie Recycling-Material und eine recyclingfähige Verpackungsgestaltung eine wichtige Rolle. Bei Papier und Pappe setzt EDEKA Südwest nach Möglichkeit auf FSC-bzw. PEFC-

## WEITERE AKTIVITÄTEN

zertifizierte Produkte, die für eine nachhaltigere Waldwirtschaft stehen (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 48f.).

- Unsere tägliche Aufgabe ist es, Transportwege und -abläufe zu optimieren und so den Kraftstoffverbrauch zu senken. Einen wichtigen Beitrag leistet dabei das Telematik-System Fleetboard in unseren LKWs, das das Fahrverhalten analysiert. Darauf bauen unsere Schulungen zum kraftstoffsparenden Fahren auf.
- EDEKA Südwest setzt sich für zertifiziertes, gentechnikfreies Futtermittel aus europäischem Anbau ein. Wir erfassen alle infrage kommenden EDEKA Südwest-Eigenmarken und unterstützen die Erzeuger bei der Umstellung auf zertifiziertes, gentechnikfreies Futtermittel aus europäischem Anbau, zum Beispiel mit Übergangsfristen und einem finanziellen Ausgleich (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 40)
- Wir arbeiten vertrauensvoll mit regionalen (Bio-)Betrieben und mit den Bio-Verbänden Bioland, Demeter und Naturland zusammen, die für eine umweltschonendere Landwirtschaft stehen und einen Beitrag zum Erhalt wertvoller Ökosysteme leisten. Mit dem Bio-Sortiment der Eigenmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ setzt EDEKA Südwest Maßstäbe für den ressourcenschonenderen Anbau hochwertiger Lebensmittel in der Region.

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Bei unserem Handeln achten wir stets auf Aspekte der Nachhaltigkeit und suchen innovative neue Lösungen in unserem Geschäftsfeld.
- Wir möchten bestehende Forschungsk Kooperationen und -projekte mit Hochschulen weiterführen und neue anstoßen. Durch Forschungsk Kooperationen möchten wir unser Geschäftsfeld betreffende Innovationen hervorbringen.
- Im Bereich Energiemanagement setzen wir insbesondere in Bezug auf Logistik, Produktion und Märkte auf innovative Ansätze mit Nachhaltigkeitsrelevanz.
- Es ist geplant einen Ethikrat zu implementieren, in dem weitere Möglichkeiten zum Thema Nachhaltigkeit und Soziales diskutiert werden.
- Von der Aufzucht bis zur Schlachtung – beim Thema Fleisch setzen wir uns systematisch dafür ein, das Tierwohl zu verbessern. Zudem bauen wir das Sortiment an pflanzlichen Alternativen weiter aus.
- Wir fördern innovative Ansätze wie zum Beispiel das Projekt „Lebensmittelrettertüte“ zur weiteren Stärkung der Lebensmittelwertschätzung (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 58).
- Mit dem „InnovationLab“ gibt es bei EDEKA Südwest eine geschäftsbereichsübergreifende Organisationseinheit, welche sich mit zukunftsweisenden Themenfeldern beschäftigt. Im „InnovationLab“ werden Ansätze aktiv gesucht und pilotiert. Dabei beschäftigen wir uns sowohl mit Innovationen für den Einzelhandel und die Großhandlung im Allgemeinen als auch mit spezifischen produktbezogenen Neuerungen.

# WEITERE AKTIVITÄTEN

- Im Rahmen von KVP-Sitzungen (Kontinuierlicher-Verbesserungs-Prozess) werden neue Ideen entwickelt, geprüft und ggf. umgesetzt.

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Alle Betriebsinvestitionen werden bei uns in Hinblick auf ökologische Kriterien überprüft.
- Einkaufsentscheidungen treffen wir nicht nur nach dem Preis, sondern beziehen weitere Faktoren wie zum Beispiel Regionalität oder eine besonders faire Herstellungsweise in unsere Auswahl mit ein.
- EDEKA Südwest bindet seine Nachhaltigkeitsstrategie in die Konzernfinanzierung mit ein. Dabei ist die Kreditmarge an die Entwicklung von Nachhaltigkeitskennzahlen gekoppelt.
- Wir pflegen ein ausgewogenes Verhältnis von Eigen- und Fremdkapital. Unkalkulierbare Risiken versuchen wir dabei zu vermeiden. Investitionen werden immer unter Berücksichtigung nachhaltiger Kriterien getroffen.
- Wir richten im Rahmen des Risikomanagements den Blick auf potenzielle Veränderungen durch den Klimawandel und durch Preisschwankungen auf den Rohstoffmärkten.
- Wir pflegen eine langjährige Partnerschaft mit Banken vor Ort.
- Der Investitionsprozess und die Finanzbefugnisse der Mitarbeitenden sind klar definiert. Außerdem beinhalten alle Investitionen eine ausreichende Schulung der Mitarbeitenden.
- Mindestens einmal im Jahr werden die Geschäftsentwicklungen des vergangenen Jahres durch die Geschäftsleitung den Anspruchsgruppen im Rahmen des Geschäftsberichts transparent dargestellt.
- Wir streben dauerhaft eine hohe Eigenkapitalquote an, um auch in Zukunft unabhängig unternehmerisch entscheiden zu können.

### LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Alle wichtigen strategischen Entscheidungen werden bei EDEKA Südwest nach dem Vier-Augen-Prinzip getroffen.
- Zu diesem Leitsatz tragen der gelebte Genossenschaftsgedanke, unsere Ombudsstelle für interne und externe Ansprechpartner und unser Compliance Management bei.
- Als Grundanforderung an eine Handelsbeziehung zwischen EDEKA Südwest und Lieferanten gelten die jeweils aktuellen gesetzlichen Anforderungen der Bundesrepublik Deutschland. Weitere Anforderungen zu verschiedenen Themenfeldern formulieren wir für uns und unsere Handelspartner im Rahmen der Einkaufspolitik.
- Wir führen einen offenen Dialog mit all unseren Anspruchsgruppen.

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Ziele und geplante Aktivitäten:

- EDEKA Südwest ist in der Region fest verwurzelt und übernimmt dort Verantwortung (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 9).

## 6. Unser WIN!-Projekt

### DIESES PROJEKT WOLLEN WIR UNTERSTÜTZEN

#### Ehrenamt fördern (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2020, S. 60f.)

Eine Gesellschaft kann nur funktionieren, wenn sie sich der Verantwortung für Schwächere stellt und das ehrenamtliche Engagement stärkt. Als genossenschaftlich organisiertes Unternehmen, das auf der Zusammenarbeit Vieler zum Nutzen jedes Einzelnen basiert, ist das für uns selbstverständlich.

- **Initiative „Unsere Heimat & Natur“:** Seit dem Jahr 2014 unterstützen wir kleinstrukturierte Vereine, die die Biotop-Vernetzung im Vertriebsgebiet fördern. Die Vereine erhalten dafür jeweils bis zu 5.000 EUR Fördergeld.
- **Schulungen für Imker:** Seit dem Jahr 2018 bieten wir gemeinsam mit den Landesverbänden der Imker in Baden und Württemberg, eine Seminarreihe zum Thema „Bienenweide“ für Imker an.
- **Fischbesatzaktionen:** Mit regelmäßigen Fischbesatzaktionen unterstützen wir finanziell, personell und materiell seit dem Jahr 2014 den Landesfischereiverband Baden-Württemberg e.V. und die jeweiligen örtlichen Angelsport- und Fischereivereine.
- **Feuerwehraktion:** Mit dem Verkauf der sogenannten Feuerwehrwurst bzw. dem sogenannten Feuerwehrsteak werden jährlich die Feuerwehren im Vertriebsgebiet unterstützt. Für jedes verkaufte Kilogramm Feuerwehrwurst bzw. Feuerwehrsteak wird ein Teil des Verkaufspreises an die regionalen Feuerwehrverbände gespendet. Zusätzlich haben die Feuerwehren seit dem Jahr 2019 die Möglichkeit, im Rahmen der Aktion an einem EDEKA Südwest Wettbewerb teilzunehmen. Die fünf besten Teams können ein Preisgeld in Höhe von je 500 Euro gewinnen.
- **Tafeltüten-Aktion & Tafelspenden:** Eine wichtige Säule im Rahmen unserer Unterstützung von Menschen in Not ist seit dem Jahr 2013 unsere jährliche Tafeltüten-Aktion. Bei dieser Aktion können Kundinnen und Kunden vorgepackte Tüten im Wert von 5 € kaufen, welche dann an die örtlichen Tafelläden weitergegeben werden. Hinzu kommen seit dem Jahr 2012 zusätzliche Geld- und Lebensmittelspenden sowie die Schultütenaktion, bei der wir seit dem Jahr 2020 Schultüten für Kinder bedürftiger Familien füllen und über die Tafeln verschenken.
- **Cent-Spende:** Seit dem Jahr 2011 unterstützen die Mitarbeitenden von EDEKA Südwest Notleidende oder Benachteiligte im Rahmen der Aktion Cent-Spende, bei der der Cent-Betrag nach dem Komma auf dem Gehaltszettel monatlich gespendet wird. Ein Gremium aus Mitarbeitenden entscheidet jeweils, welche gemeinnützigen Projekte und Vereine vor Ort unterstützt werden. Der Spendenbetrag wird von EDEKA Südwest verdoppelt.
- **Baumpflanzaktionen:** Zusätzlich zu unserer Aktion Baumpflanzkarte führen wir seit dem Jahr 2012 regelmäßig Baumpflanzaktionen mit unseren Mitarbeitenden durch. Die Mitarbeitenden werden für diesen Einsatz von der Arbeit freigestellt. Die Bäume werden nach Absprache mit der jeweiligen Gemeinde zur Aufforstung gepflanzt.
- **Corporate Volunteering:** Mit der Möglichkeit des „Corporate Volunteering“ animiert EDEKA Südwest seit dem Jahr 2016 Mitarbeitende, sich während der Arbeitszeit ehrenamtlich zu engagieren.
- **IDENE-Banane:** Mit der Unterstützung des IDENE –Projekts möchte EDEKA Südwest Menschen, vor allem körperlich und geistig behinderten Kindern, vor Ort schulische Bildung und eine lebenswerte Zukunft ermöglichen. Daher kommt einer Schule für behinderte Kinder in der

# UNSER WIN!-PROJEKT

Dominikanischen Republik seit dem Jahr 2009 ein Teil des Verkaufserlöses der Demeter-zertifizierten IDENE-Banane zugute.

## ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Art und Umfang der Unterstützung sind von dem jeweiligen Projekt abhängig. Wie genau wir welches Projekt unterstützen, lesen Sie im oberen Abschnitt.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartnerin/ Ansprechpartner**

Frau Michaela Meyer (Leitung Geschäftsbereich Nachhaltigkeit)  
nachhaltigkeit@edeka-suedwest.de

### **Impressum**

Herausgegeben am 07.03.2022 von

EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH  
Edekastraße 1  
77656 Offenburg  
Tel. 0781 502-0  
[www.verbund.edeka/suedwest](http://www.verbund.edeka/suedwest)  
[www.zukunftleben.de](http://www.zukunftleben.de)

