



Leistungsbericht
Firmenpartnerschaft
Denner
2017

Dieser Bericht fokussiert auf die Firmenpartnerschaft mit Denner. Den vollständigen Leistungsbericht über sämtliche Firmenpartnerschaften des WWF Schweiz finden Sie [hier](#).

Über den WWF

Der WWF Schweiz ist die grösste Umweltorganisation der Schweiz und als gemeinnützige Stiftung organisiert.

Er gehört zum globalen WWF-Netzwerk, das mit rund 1000 Projekten in über 100 Ländern der Welt präsent ist. Gleichzeitig ist er mit seinen 23 Sektionen in der ganzen Schweiz verankert.

Gemeinsam verfolgt das WWF-Netzwerk ein grosses Ziel: Die weltweite Zerstörung der Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Harmonie miteinander leben. Dafür gilt es, Tiere, Pflanzen und ihre Lebensräume zu schützen und unseren Ressourcenverbrauch in nachhaltige Bahnen zu lenken.

Ansprechpartner

Firmenpartnerschaften

Samuel Wille, Head of Corporate Relations, samuel.wille@wwf.ch

Medienanfragen

Christoph Rytz, Head of Corporate Communications, christoph.rytz@wwf.ch

Herausgeber

WWF Schweiz

© WWF Schweiz 2018, © 1986 Panda-Symbol und ® «WWF» sind vom WWF eingetragene Marken

Denner

Denner ist sich seiner ökologischen Verantwortung bewusst und hat den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen in seinen Unternehmensgrundsätzen verankert.

Daher ist Denner 2017 eine langfristige Zusammenarbeit mit WWF eingegangen mit dem Ziel, einen bedeutenden Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung in Bezug auf Umwelt und Konsum zu leisten. Zudem ist Denner seit anfangs 2017 Mitglied des Sojanetzwerks Schweiz und setzt sich dafür ein, dass der Sojaanbau nicht auf Kosten des Tropenwaldes oder anderer wertvoller Gebiete geht.

Industrie:
Detailhandel

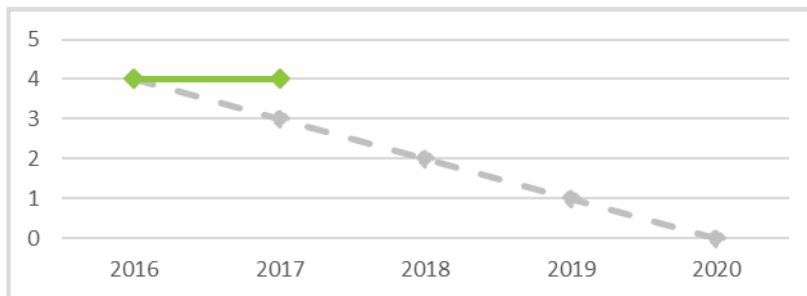
Art der Partnerschaft:
Sustainable Business Practice
Purpose-Driven Marketing

Finanzieller Beitrag 2017 (in CHF):

- bis 50'000
- 50'000 bis 100'000
- 100'000 bis 250'000
- 250'000 bis 500'000
- 500'000 bis 1'000'000
- 1'000'000 bis 3'000'000
- über 3'000'000

CO₂

Flugwaren Obst & Gemüse



Vereinbartes Ziel: 2020 werden keine Artikel mehr eingeflogen

Ist-Wert 2017: 4

Einheit: Anzahl Artikel

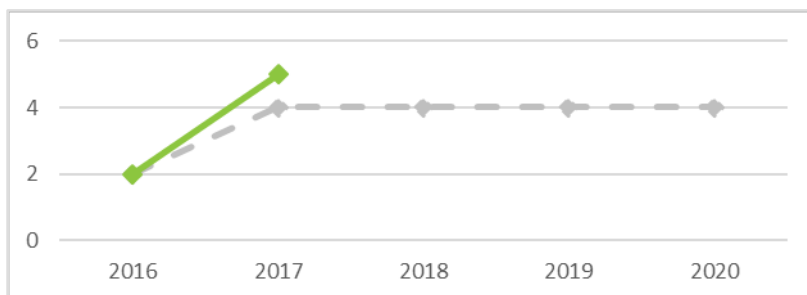
Geltungsbereich: Denner, Sortiment Obst und Gemüse

—◆— Ziel
—■— Erreicht

Die 2016 erhobene Baseline bezog sich auf das Sortiment von Obst und Gemüse. Künftig werden die absoluten Emissionen aller geflogenen Artikel in CO₂e bilanziert. Es wird eine Klimaschutzpolitik zur Kompensation von Flugtransporten entwickelt.

VEGETARISCHE NAHRUNGSMITTEL

Steigerung der Anzahl Ersatzprodukte für Milch & Fleisch



Vereinbartes Ziel: 4 Artikel bis 2020

Ist-Wert 2017: 5

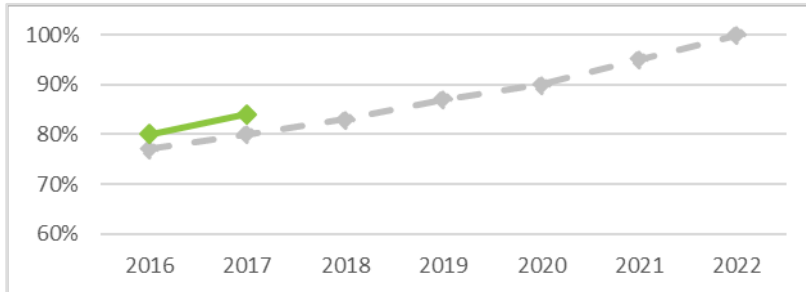
Einheit: Anzahl Artikel

Geltungsbereich: Denner

—◆— Ziel
—■— Erreicht

PALMÖL

Anteil physisch nachhaltiges Palmöl in Eigenmarken Food



Vereinbartes Ziel: 100% bis 2022

Ist-Wert 2017: 84%

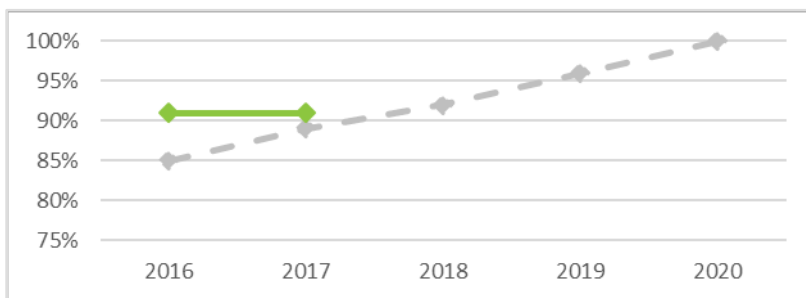
Einheit: Anteil physisch nachhaltiges Palmöl am Gesamtverbrauch der Eigenmarkenproduktion im Bereich Food

Akzeptierte Standards: RSPO IP, RSPO Segregated, Bio Suisse

Geltungsbereich: Denner Eigenmarken mit >2% Massenanteil

—◆— Ziel
—■— Erreicht

Anteil zertifiziertes Palmöl bei Near- und Nonfood Eigenmarken



Vereinbartes Ziel: 100% bis 2020

Ist-Wert 2017: 91%

Einheit: Massen-Anteil Mass Balance RSPO Palmöl am Gesamtverbrauch der Eigenmarkenproduktion im Bereich Near- und Nonfood

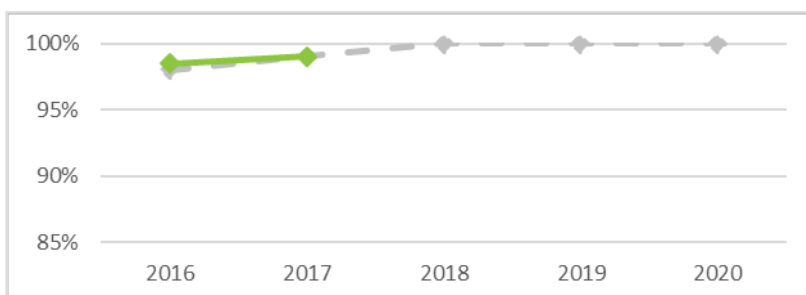
Akzeptierte Standards: RSPO IP, RSPO Segregated, RSPO Mass Balance, Bio Suisse

Geltungsbereich: Denner Eigenmarken mit >2% Massenanteil

—◆— Ziel
—■— Erreicht

SEAFOOD

Anteil nachhaltige Quellen (sehr empfehlenswerte, empfehlenswerte oder akzeptable Bewertung gemäss WWF) des Gesamt-Seafood-Sortiments



Vereinbartes Ziel: 100% bis 2020

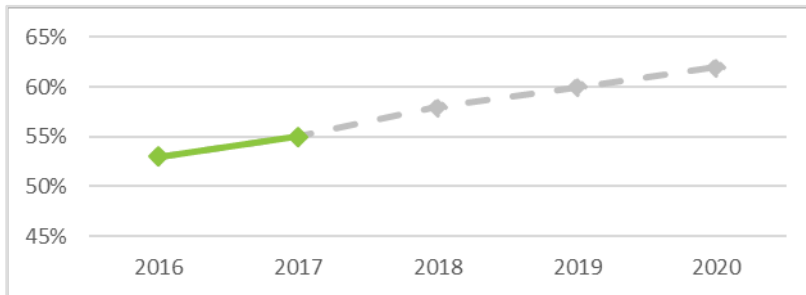
Ist-Wert 2017: 99%

Einheit: Umsatz-Anteil in Prozent des Gesamt-Seafood-Sortiments

Geltungsbereich: Alle Artikel mit >1% Massenanteil Seafood (Fremd- und Eigenmarken)

—◆— Ziel
—■— Erreicht

Steigerung Umsatzanteil Fische/Seafood mit Bio-, ASC-, MSC-Zertifikat



Vereinbartes Ziel: 62% bis 2020

Ist-Wert 2017: 55%

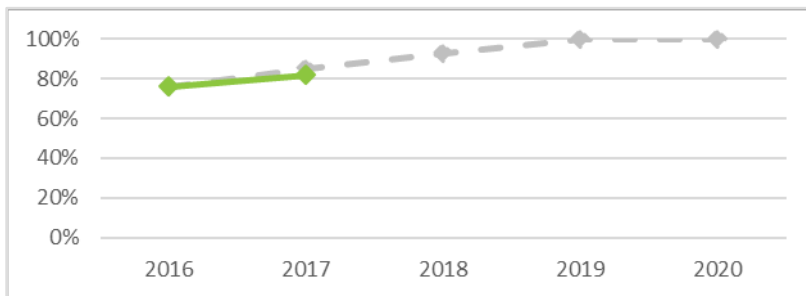
Einheit: Umsatz-Anteil in Prozent des Gesamt-Seafood-Sortiments

Geltungsbereich: Alle Artikel mit >1% Massenanteil Seafood (Fremd- und Eigenmarken)

—◆— Ziel
—■— Erreicht

PAPIER

Anteil glaubwürdig zertifizierter Eigenmarken mit Papier (FSC oder Recycling)



Vereinbartes Ziel: 100% bis 2020

Ist-Wert 2017: 82%

Einheit: Anteil eingekaufte Ware in Prozent des Eigenmarkensortiments

Geltungsbereich: Alle Eigenmarken-Artikel inklusive Wischtücher, Windeln, Hygienepapier, Büromaterial und Drucksachen

—◆— Ziel
—■— Erreicht

Aufgrund einer genaueren Datenerhebung werden neu mehr Produkte erfasst. Darum wurden die Baseline und der Zielerreichungspfad angepasst. Das Ziel bleibt unverändert.



Unser Ziel

Wir wollen die weltweite Zerstörung der Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Harmonie miteinander leben.

WWF Schweiz

Hohlstrasse 110
Postfach
8010 Zürich

Tel.: +41 (0) 44 297 21 21
Fax: +41 (0) 44 297 21 00
wwf.ch/kontakt
www.wwf.ch
Spenden: PC 80-470-3