



Leistungsbericht
Firmenpartnerschaft
Denner
2016

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

Mediananfragen

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

Herausgeber

WWF Schweiz

© WWF Schweiz 2017, © 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

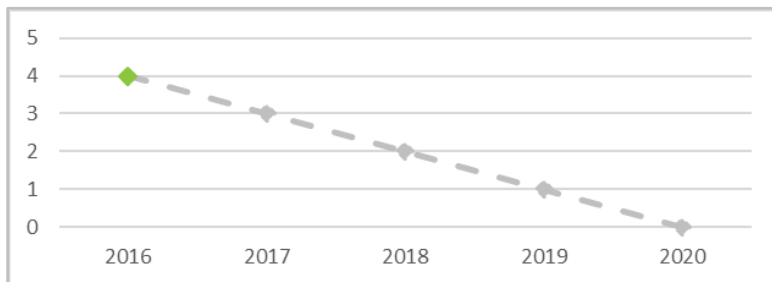
Art der Partnerschaft:
Sustainable Business Practice
Purpose-Driven Marketing

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

KLIMA

CO₂ Emissionen aus geflogenem Sortiment auf 0 reduzieren



Vereinbartes Ziel: 2020 werden keine Artikel mehr eingeflogen

Ist-Wert 2016: 4 Artikel

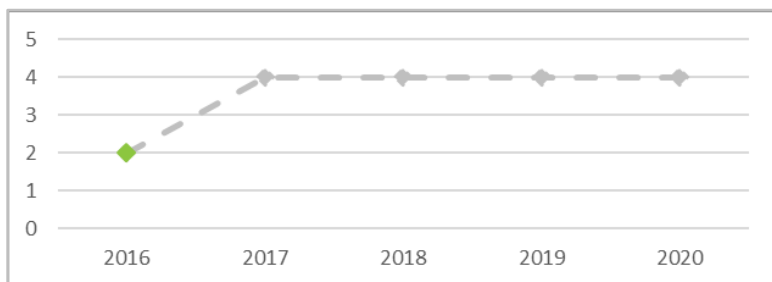
Einheit: Anzahl Artikel

Geltungsbereich: Anzahl eingeflogene Artikel bei Denner

—◆— Ziel
—■— Erreicht

VEGETARISCHE NAHRUNGSMITTEL

Steigerung der Anzahl Ersatzprodukte für Milch & Fleisch



Vereinbartes Ziel: 4 Artikel

Ist-Wert 2016: 2 Artikel

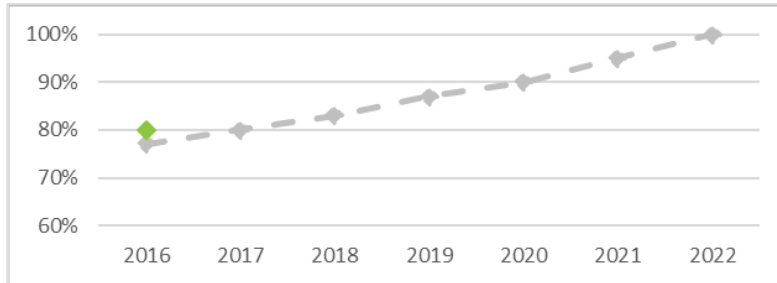
Einheit: Anzahl Artikel

Geltungsbereich: Denner

—◆— Ziel
—■— Erreicht

PALMÖL

Steigerung Anteil zertifiziertes RSPO Palmöl in Food



Vereinbartes Ziel: 100% bis 2022

Ist-Wert 2016: 80%

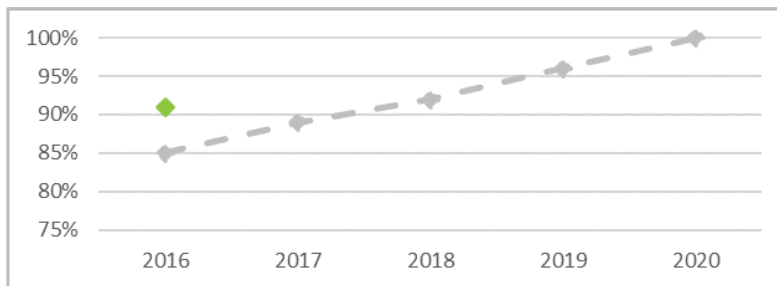
Einheit: Anteil physisch nachhaltiges Palmöl (Stufe Segregated) am Gesamtverbrauch der Eigenmarkenproduktion im Bereich Food

Geltungsbereich: Denner Eigenmarken mit >2% Massenanteil

—◆— Ziel
—■— Erreicht

Bei Fremdmarken: Brief an Lieferanten/Hersteller mit Aufforderung zur Umstellung auf 100% physisch RSPO-Palmöl

Steigerung RSPO Massbalance bei Near-Food



Vereinbartes Ziel: 100% bis 2020

Ist-Wert 2016: 91%

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

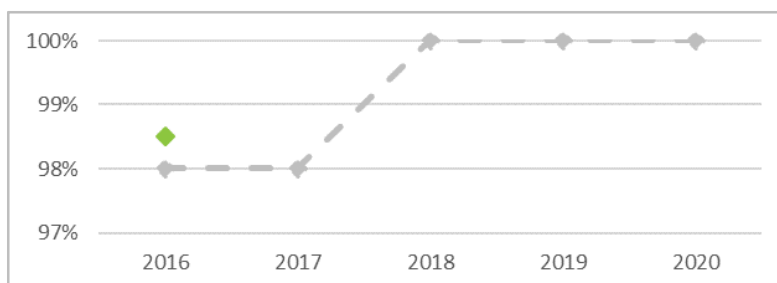
Geltungsbereich: Denner Eigenmarken mit >2% Massenanteil

—◆— Ziel
—■— Erreicht

Bei Fremdmarken: Brief an Lieferanten/Hersteller mit Aufforderung zur Umstellung auf 100% physisch RSPO-Palmöl

SEAFOOD

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



Vereinbartes Ziel: 100% bis 2020

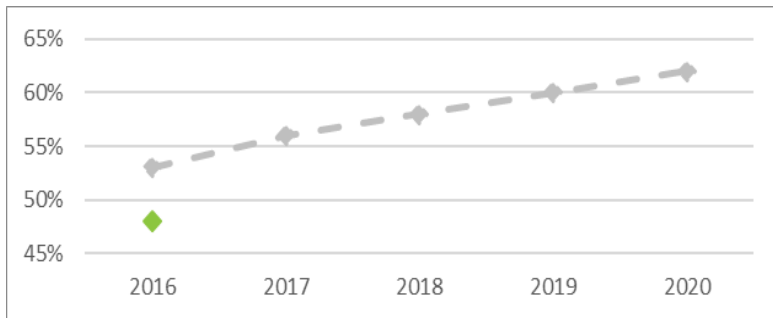
Ist-Wert 2016: 98,5%

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 Label (Bio, ASC, MSC)



Vereinbartes Ziel: 62% bis 2020

Ist-Wert 2016: 48%

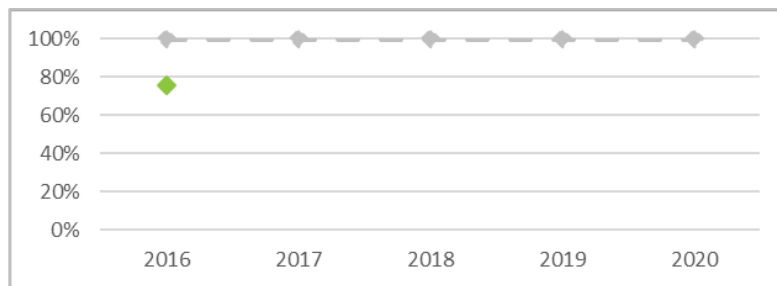
Einheit: Umsatz-Anteil in Prozent des Gesamt-Seafood-Sortiments

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

—◆— Ziel
—■— Erreicht

HOLZ

Holz- und Papierprodukte (Eigenmarken) sind glaubwürdig zertifiziert (FSC oder Recycling)



Vereinbartes Ziel: 100% bis 2020

Ist-Wert 2016: 76%

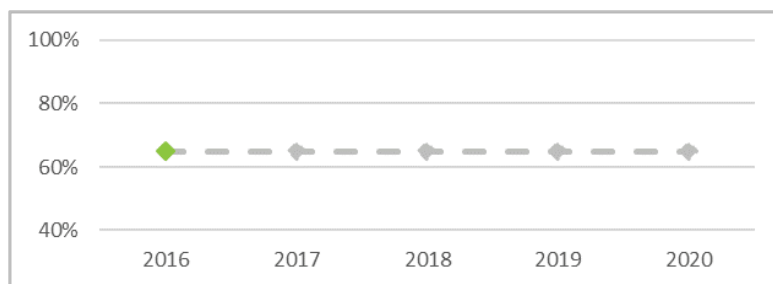
Einheit: Anteil eingekaufte Ware in Prozent des Eigenmarkensortiments

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

—◆— Ziel
—■— Erreicht

Alle Papier-Eigenmarken-Artikel inklusive Büromaterial und Drucksachen sind bereits zu 100 Prozent FSC-zertifiziert oder aus bestehen aus Recycling-Papier.

Holz- und Papierprodukte (Fremdmarken) sind glaubwürdig zertifiziert (FSC oder Recycling)



Vereinbartes Ziel: 65% bis 2020

Ist-Wert 2016: 65%

Einheit: Anteil eingekaufte Ware in Prozent des Fremdmarkensortiments

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

—◆— Ziel
—■— Erreicht

Denner ist bei den ausstehenden 35 % Fremdmarkenanteil ohne glaubwürdige Zertifizierung bemüht, durch den direkten und anhaltenden Dialog mit dem Lieferanten eine umweltrelevante Produktverbesserung zu erreichen.



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