

17.01.2019

REWE bietet Bio-Gurke & Co. ganzjährig unverpackt an

REWE Group spart mittlerweile jährlich 7.000 Tonnen Kunststoffe bei Verpackungen

Autor:in

Thomas Bonrath

Head of Media Relations und Mediensprecher



REWE Group hat bis dato 1.122 Verpackungen umweltfreundlicher gestaltet
Kunststoffeinsparung entspricht der Folienfläche von 35.000 Fußballfeldern
Neueste Reduktion: Wattestäbchen aus Papier statt Plastik ab Anfang Februar in den Märkten
Annahme von Kundenbehältern an Bedienungstheke für Fleisch, Wurst & Käse
Auf gutem Weg: 100 % umweltfreundlichere Verpackungen bis Ende 2030
Leitlinie für umweltfreundlichere Verpackungen beschlossen und veröffentlicht

Die Zeit der einzeln in Schutzfolie verpackten Bio-Gurke ist bei REWE vorbei, teilt das Handelsunternehmen anlässlich der Eröffnung des REWE-Themenstandes zur Plastikreduktion bei der Verbrauchermesse „Internationale Grüne Woche“ in Berlin mit. Jetzt bietet REWE das empfindliche Gemüse ganzjährig nur noch mit einem Klebeetikett an: Ein Beispiel von insgesamt 1.122 Produkten, auf dessen Verpackung die REWE Group mittlerweile entweder komplett verzichtet oder diese umweltfreundlicher gestaltet hat. „Mit diesen Maßnahmen bei REWE und PENNY haben wir bereits einen großen Schritt in die richtige Richtung gemacht. Wir sind auf einem guten Weg, unsere Verpackungen nach und nach umweltfreundlicher zu gestalten und orientieren uns dabei am Grundsatz `Vermeiden, Verringern, Verbessern`“, sagt Lionel Souque, Vorstandsvorsitzender der REWE Group. „Die bereits umgesetzten Änderungen bei den Verpackungen unserer Eigenmarken führen dazu, dass jährlich 7.000 Tonnen weniger Kunststoffe verbraucht werden. Das entspricht gut 15 Prozent unseres bisherigen Bedarfs und einer Folienfläche von 35.000 Fußballfeldern. Bis Ende 2030 werden wir alle Eigenmarkenverpackungen umweltfreundlicher gestalten. Wie bei der Auslistung der Plastiktragetaschen 2016 in unseren 5.500 REWE- und PENNY-Märkten sind wir auch bei den weiteren Schritten Vorreiter in der Branche.“

Prominentes Beispiel Bio-Gurke

In den Wintermonaten sind Bio-Gurken nur verfügbar durch Lieferungen etwa aus Spanien. Auf dem Weg vom Feld in die Supermarktregale übernahm die Schrumpffolie eine wichtige Schutzfunktion vor Austrocknung und Beschädigungen. Unter Einbezug aller beteiligten Handelspartner sind die relevanten, komplexen Transportprozesse so verändert worden, dass Bio-Gurken nicht mehr eingeschweißt werden müssen und dennoch ihre Frische und Qualität erhalten. Bereits seit 2016 sind die konventionell und biologisch erzeugten Gurken von Erzeugern aus Deutschland und den Niederlanden umgestellt. Allein durch diese Maßnahmen werden schon 2019 jährlich 80.000 Kilogramm Kunststoff eingespart. Die REWE Bio-Gurke ist neben den Bananen, deren komplettes Sortiment seit Ende 2017 ohne Plastikhülle angeboten wird, jedoch nur eines der „prominentesten“ Beispiele der bisher umgesetzten Plastikreduktionen im grünen Eigenmarkensortiment von REWE. Unter anderem tragen aktuell bundesweit Knollensellerie, Blumen- und Weißkohl, Fenchel und Zucchini von REWE Bio nur noch Klebeetiketten oder Klebebanderolen.

REWE bei „Grüner Woche“: Vorstellung vielfältiger Initiativen

Vom 18. bis 27. Januar ist REWE Gast in Halle 22 a am Gemeinschaftsstand des Bundes für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL) und der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE). Dort präsentiert das Unternehmen verschiedene Beispiele, wie seit 2005 bei Verpackungen Plastik eingespart wurde. Außerdem ermöglicht der Auftritt den Dialog mit Politikern, Interessenvertretern und Verbrauchern. Zu den jungen Initiativen, die gezeigt werden, gehört zum Beispiel die bundesweite Einführung des Mehrwegfrischenetzes. Seit dem 15. Oktober 2018 bietet REWE die Alternative für den Knotenbeutel an und appelliert an die Kunden, vermehrt zu losem Obst und Gemüse zu greifen, das einen verpackungsfreien Einkauf ermöglicht. Ein weiteres Beispiel sind die Edelstahl- und Papier-Trinkhalme als Ersatzprodukte für die 40 Millionen EinwegPlastikhalme, die REWE bisher jährlich verkauft hatte. Bis Ende kommenden Jahres will das Handelsunternehmen sämtliches Plastik-Einweggeschirr aus dem Sortiment streichen. Darunter fallen alle Einweg-Teller, -Becher, -Schalen und -Besteck aus Plastik, von denen jährlich insgesamt 146 Millionen Stück innerhalb der REWE Group verkauft werden.

Wattestäbchen mit Papierschaft, „share“ mit Recyclatflasche

Ab Anfang Februar ersetzen REWE und PENNY die „today“ Wattestäbchen (Q-tips) durch einen qualitativ gleichwertigen Artikel mit Papierschaft. Die praktische Vorratsbox (Inhalt 300 Stück) als Papierschachtel kann mittels eines Nachfüllbeutels dauerhaft und preisgünstig wiederverwendet werden. Das Einsparpotenzial liegt bei 196.000 Kilogramm Kunststoff im Jahr. Fazit: Die Initiativen zur Reduktion von Verpackungen und Ressourcenverbrauch bei der REWE Group sind vielfältig. Dazu zählen das „Natural Branding“ von Süßkartoffeln sowie die Reduzierung der Materialstärken von Plastik, Karton und Glas. Darüber hinaus sind viele Folienverpackungen auf Klebebanderolen oder Klebeetiketten umgestellt worden. Es kommt Graspapier bei Schachteln verpackter REWE Bio-Birnen oder Recyclat bei Plastikflaschen für z.B. Flüssigwaschmittel zum Einsatz. Ebenso werden beispielsweise die bei REWE erhältlichen Salatschalen künftig flächendeckend aus besser recycelbarem Polypropylen hergestellt. Bis Ende 2020 sollen zudem alle Papierverpackungen auf zertifiziertes Altpapier oder zertifizierte Frischfaser umgestellt werden. Aber auch in Kooperationen mit Markenherstellern unterstützt REWE entsprechend nachhaltiges Engagement: Die soziale Lebensmittelmarke „share“ bietet als erster Hersteller in Deutschland sein Mineralwasser nur noch in Flaschen aus wiederverwertetem Plastik an. Das sogenannte Recyclat verbraucht keine neuen Ressourcen wie Rohöl und schließt so den Kreislauf aus Produktion und Recycling. Allein „share“ vermeidet dadurch über 200.000 Kilogramm Plastikmüll pro Jahr. Damit ist REWE im deutschen Lebensmitteleinzelhandel der erste Händler, der in seinen Märkten eine Mineralwasserflasche aus 100 Prozent Recyclat anbietet. Besucher der „Grünen Woche“ können am Themenstand von REWE auch das „share“-Wasser ohne und – ganz neu – mit Geschmack probieren.

Mehrweg-Frischebox für Fleisch und Wurst

Manche Kunden wünschen sich auch eine Mehrweglösung für Fleisch, Wurst und Käse an den REWE-Bedienungstheken. Deshalb prüft REWE an immer mehr Standorten eine mögliche ressourcenschonende Alternative: die Mehrweg-Frischebox. Um hier den hygienerechtlichen Anforderungen zu genügen und einen maximalen Verbraucherschutz zu gewährleisten, wurde ein mit dem REWE-Qualitätsmanagementsystem abgestimmtes Verfahren entwickelt. Mit dem weitreichenden Handhabungskonzept für die Märkte ist die Basis geschaffen, um für die Zustimmung der jeweils zuständigen Veterinärämter zu werben. Insofern arbeitet REWE auch hier mit Hochdruck weiter daran, eine praktikable und für die Kunden zumutbare und bequeme Lösung zu finden.

Leitlinie für Verpackungen

Erstmals hat die REWE Group eine eigene Verpackungsleitlinie zur Darstellung ihrer strategischen Ziele definiert. Darin bekennt sich das Unternehmen dazu, sämtliche Eigenmarken-Verkaufs- sowie Serviceverpackungen bei REWE, PENNY und toom Baumarkt bis Ende 2030 hinsichtlich ihrer Umweltfreundlichkeit zu optimieren. Das Ziel: Verpackungsmaterialien zu vermeiden, zu verringern oder nachhaltig zu verbessern. Die aus dem strategischen Ansatz resultierenden Kriterien sind für alle Lieferanten der REWE Group bei der Gestaltung umweltfreundlicherer Verpackungen verbindlich und werden konsequent überprüft.

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 21,2 Mrd. Euro (2017), mehr als 120.000 Mitarbeitern und über 3.300 REWE-Märkten gehört die REWE Markt GmbH zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die REWE-Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige REWE-

Kaufleute betrieben. Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2017 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 58 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren 345.000 Beschäftigten und 15.300 Märkten in 22 europäischen Ländern präsent.