

07.11.2013

Kleine Äpfel, großer Geschmack

REWE hilft deutschen Obstbauern bei der Vermarktung von kleinen Äpfeln



Unter dem Motto „Kleine Äpfel, großer Geschmack“ vermarktet REWE ab Montag (11.11.) in über 3.000 deutschen REWE Märkten rote Tafeläpfel mit dem PRO PLANET-Label aus Deutschland, die durch die kühle Witterung im Frühjahr und Sommer kleiner als sonst gewachsen sind, aber gewohnt gut schmecken. Damit unterstützt REWE deutsche Obstbauern, die in diesem Jahr besonders große Mengen von kleinen Äpfeln geerntet haben. Jeder verkaufte Apfel hilft darüber hinaus auch der Umwelt, denn durch den Anbau von Äpfeln nach den Richtlinien von PRO PLANET werden wichtige Tier- und Pflanzenarten gefördert.

Die Witterung hat in vielen deutschen Anbaugebieten in diesem Jahr vermehrt dazu geführt, dass sich Äpfel nicht wie gewohnt entwickeln konnten. Die Wetterkapriolen im bisherigen Verlauf des Jahres beeinflussten unmittelbar den Fruchtansatz und den Ertrag. Dem Lichtmangel im Frühjahr folgte eine extrem nasse und kühle Phase, die schließlich in eine zuletzt warme und trockene Periode mündete. Trotzdem konnten die Äpfel ausreifen, schmecken entsprechend gut, sie sind nur etwas kleiner gewachsen.

„Wir wollen im Rahmen unserer laufenden Nachhaltigkeitswochen ein Zeichen setzen und gemeinsam Gutes tun: für viele deutsche Obstbauern und die Umwelt. Denn mit jedem verkauften PRO PLANET-Apfel unterstützen wir nicht nur regionale Obstbauern, sondern auch die Umwelt, die durch die PRO PLANET – Projekte nachhaltig geschützt wird“, erklärt Lionel Souque, im Vorstand der REWE Group unter anderem für die REWE Märkte in Deutschland verantwortlich, zum Start der Aktion.

Das PRO PLANET-Label kennzeichnet Eigenmarkenprodukte und Produkte der REWE Group Vertriebslinien, die über ihre hohe Qualität hinaus positive ökologische oder soziale Eigenschaften besitzen - sich also durch eine besondere Nachhaltigkeitsleistung auszeichnen.

Vor der Kennzeichnung mit dem PRO PLANET-Label muss ein fünfstufiger, standardisierter Prozess durchlaufen werden. Dieser wurde gemeinsam mit dem UNEP/Wuppertal Institute Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP), der Innovationsberatungsagentur triple innova und dem Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie entwickelt.

Um einen glaubwürdigen und transparenten Vergabeprozess zu etablieren, hat die REWE Group bei der Entwicklung des PRO PLANET-Labels verschiedene Stakeholder wie die Verbraucher Initiative e.V., Südwind e.V. oder der Deutsche Naturschutzbund e.V. eingebunden. In der Umsetzung von PRO PLANET-Projekten arbeitet die REWE Group mit externen Produktexperten, den sogenannten Projektpartnern, zusammen. Der komplette Prozess wird durch einen unabhängigen Expertenbeirat begleitet. Mit dem PRO PLANET-Label bietet die REWE Group eine verlässliche Orientierungshilfe für Verbraucher, die mit ihrem Einkauf auch etwas für die Umwelt und die Sozialverträglichkeit von Produkten tun wollen.

Mit einem Umsatz von 15,92 Mrd. Euro (2012), mehr als 90.000 Mitarbeitern und weit über 3.000 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.

REWE gehört zur genossenschaftlichen REWE Group, einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2012 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 50 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren 327.000 Beschäftigten und 15.500 Märkten in 13 europäischen Ländern präsent. In Deutschland erwirtschafteten im Jahr 2012 rund 226.000 Mitarbeiter in rund 11.000 Märkten einen Umsatz von 36 Milliarden Euro.

Für Rückfragen:

REWE Unternehmenskommunikation, presse@rewe.de

