

31.05.2016

NABU und REWE festigen strategische Partnerschaft mit Verzicht auf Plastiktüten

Gemeinsamer Einsatz für nachhaltigeres Wirtschaften, Umwelt- und Ressourcenschutz



Im Sommer letzten Jahres unterzeichneten der NABU (Naturschutzbund Deutschland e.V.) und die REWE Group nach jahrelanger Zusammenarbeit eine langfristige strategische Partnerschaft. Ein weiterer Meilenstein konnte nun mit dem Verzicht von Tragetaschen aus Plastik in allen REWE-Supermärkten gesetzt werden. Ziel der Partnerschaft ist es, gemeinsam dem nachhaltigeren Wirtschaften im Handel und dem nachhaltigeren Konsum in Deutschland neue, zusätzliche Impulse zu geben, sowie den Umwelt- und Ressourcenschutz in den Wertschöpfungsketten weiter zu verbessern.

„Wir freuen uns, dass wir mit dem Verzicht auf die Plastiktüte und der Stärkung von alternativen Tragetaschen und Einwegkartons den Startschuss setzen für gemeinsame Aktivitäten im Bereich Ressourcen- und Gewässerschutz. Die REWE unterstützt den mitgliederstärksten Umweltverband in Deutschland bei seinen Projekten zum Thema ‚Saubere Meere, Flüsse und Seen‘. Dazu werden wir eine

Reihe von Initiativen durchführen“, sagt Lionel Souque, Vorstandsmitglied REWE Group und dort unter anderem für die rund 3.000 REWE Märkte in Deutschland verantwortlich.

Bereits seit 2009 berät und begleitet der NABU das Nachhaltigkeitsengagement von REWE als neutrale und unabhängige Instanz. Der NABU ist deshalb bei dem Verzicht auf die Plastiktüte aktionsbegleitender Kooperationspartner. Im Rahmen des „International Coastal Cleanup Day“ am 17. September, an dem sich jedes Jahr zahlreiche Freiwillige des NABU für saubere Küsten und Gewässer beteiligen, wird sich REWE in diesem Jahr erstmals gemeinsam mit dem NABU für saubere Meere, Flüsse und Seen engagieren.

„Der Großteil der Abfälle gelangt vom Land ins Meer: Tüten, Verpackungen, Plastikflaschen und Zigarettenkippen. Die Reduktion von Plastiktüten ist ein wichtiger Anfang. Der Handel muss hier weiter vorangehen und den Verpackungsmüll auch in anderen Bereichen des täglichen Lebens weiter reduzieren. Von der Politik fordern wir eine Gesetzgebung, die Mehrwegsysteme fördert und auf Abfallvermeidung und Ressourcenschonung setzt“, sagt NABU-Präsident Olaf Tschimpke.

Grundlage der Zusammenarbeit von NABU und der REWE Group sind unter anderem themenspezifische Arbeitsgruppen, regelmäßige Strategieworkshops und Roadmaps für die Erreichung von zuvor festgelegten Nachhaltigkeitszielen. „Der NABU begleitet uns als konstruktiver, aber auch kritischer Kooperationspartner bei unseren Nachhaltigkeitsengagements. Dass der NABU in ganz Deutschland auch in Ortsgruppen präsent ist, hilft uns, unser Engagement bis herunter auf die Ebene unserer Märkte für unsere Kunden und Mitarbeiter wirkungsvoller umsetzen zu können. Wie gut unsere Zusammenarbeit heute funktioniert, zeigt unsere Entscheidung, auf Plastiktüten zu verzichten, bei der uns der NABU beratend zur Seite stand“, so Lionel Souque.

PRO PLANET

NABU und REWE bauen bereits auf zahlreiche erfolgreiche Projekte auf. So ist der NABU seit 2009 im PRO PLANET-Beirat der REWE Group vertreten. Mit dem PRO PLANET-Label können Lebensmittel und Gebrauchsartikel gekennzeichnet werden, die neben hoher Qualität zusätzlich auch positive ökologische oder soziale Eigenschaften aufweisen. Im Rahmen der Vergabe des PRO PLANET-Labels für die Eigenmarkenprodukte setzt sich die REWE Group dafür ein, Probleme in der Wertschöpfungskette zu analysieren und systematisch zu lösen. Ziel ist es, dass die Produkte mit dem PRO PLANET-Label Umwelt und Mensch während ihrer Herstellung, Verarbeitung oder Verwendung deutlich weniger belasten. Der unabhängige PRO PLANET-Beirat unterstützt die REWE Group in allen Prozessschritten als fachlicher Berater.

Nachhaltiger Apfelanbau

Eines der größten PRO PLANET-Projekte ist das Apfelprojekt, das unter anderem in Zusammenarbeit mit dem NABU organisiert wird. Dabei schaffen Obstbauern von der Bodenseeregion bis zum Alten Land und vom Rheinland bis nach Sachsen Lebensräume für Insekten, indem sie zum Beispiel Blumenwiesen und Hecken anlegen. Das Nahrungsangebot für Bienen wird damit ganzjährig verbessert. Die Bienen wiederum helfen den Erzeugern durch die Bestäubung der Apfelblüten den Ertrag und die Produktqualität zu verbessern.

Nachhaltigkeitskampagnen zum Schutz der Tier- und Pflanzenwelt

Um auf die akute Gefahr des Bienensterbens aufmerksam zu machen, haben die REWE- Supermärkte in Deutschland den NABU in den letzten Jahren im Rahmen ihrer bundesweiten

Nachhaltigkeitskampagnen mit 30 Cent für jeden verkauften Honig unterstützt. In den Jahren 2013 bis 2015 konnten dank REWE durch den NABU insgesamt 400.000 Euro für die Anlage, den Schutz und die naturverträgliche Bewirtschaftung von Streuobstwiesen eingesetzt werden. Im letzten Jahr unterstützte REWE außerdem den Deutschen Waldschutzfonds des NABU. Mit Hilfe des von der NABU-Stiftung „Nationales Naturerbe“ 2013 initiierten Waldschutzfonds können große, zusammenhängende Waldflächen gekauft werden. Mit einer Kinder-Malaktion während der REWE-Nachhaltigkeitskampagnen wurden Gelder für den Schutz von insgesamt 120.000 Quadratmetern Wald zur Verfügung gestellt.

Über den NABU (Naturschutzbund Deutschland e.V.)

Der NABU ist seit über 115 Jahren aktiv. Mit rund 590.000 Mitgliedern und Förderern ist der NABU der mitgliederstärkste Umweltverband in Deutschland. Der NABU ist überall dort, wo die Natur eine Rolle spielt, vom eigenen Garten bis zur politischen Bühne, von der Schutzgebietspflege vor der Haustür bis zum Engagement für internationale Projekte. Ob es um die Pflege von Streuobstwiesen, den Schutz der Zugvögel oder den Einsatz für eine zukunftsfähige Energiepolitik geht: 35.000 Aktive in bundesweit über 2.000 NABU-Gruppen begreifen Naturschutz als Lebensaufgabe und verleihen dem Einsatz des NABU für Mensch und Natur eine enorme Durchschlagskraft. Naturschutz hört nicht an den Landesgrenzen auf. Daher ist der NABU auch in ausgewählten internationalen Projekten aktiv. Hauptregionen dieser internationalen Naturschutzarbeit sind Afrika, die Kaukasus-Region, Mittelasien und Europa.

Über REWE

Mit einem Umsatz von 17,7 Mrd. Euro (2015), rund 119.000 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.

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2015 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von über 52,4 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren 330.000 Beschäftigten und 15.000 Märkten in 20 europäischen Ländern präsent. In Deutschland erwirtschafteten im Jahr 2015 rund 232.000 Mitarbeiter in rund 10.000 Märkten einen Umsatz von 38,2 Milliarden Euro.

Für Rückfragen:

REWE Unternehmenskommunikation, presse@rewe.de

