

16.09.2018

## REWE setzt ein weiteres Zeichen gegen die Plastikflut

„share“ und REWE bringen erste recycelte Wasserflasche in den Markt



Eine Wasserflasche aus Plastik kaufen und dabei keinen neuen Plastikmüll produzieren. Das geht ab Montag (17.09.) deutschlandweit in allen REWE Märkten. Die soziale Lebensmittelmarke „share“ bietet als erster Hersteller in Deutschland sein Mineralwasser nur noch in Flaschen aus wiederverwertetem Plastik an. Das wiederverwertete Plastik –sogenanntes Recyclat – verbraucht keine neuen Ressourcen wie Rohöl und schließt so den Kreislauf aus Produktion und Recycling. Allein „share“ vermeidet dadurch über 200 Tonnen Plastikmüll pro Jahr. Damit ist REWE im deutschen Lebensmitteleinzelhandel der erste Händler, der in seinen Märkten eine Mineralwasserflasche aus 100 Prozent Recyclat anbietet.

„share“ bringt Recycling-Flaschen schon jetzt millionenfach in die Regale von REWE. Die Handelskette unterstützt ein Umdenken in der Branche. „Wir sind sehr stolz auf unsere bestehende Kooperation mit „share“. 100 Prozent Recyclat ist für Getränke aus unserer Sicht eine der wichtigsten Innovationen im deutschen Mineralwassermarkt der letzten Jahre und eine echte Chance im Kampf gegen die Plastikflut“, so Lionel Souque, Vorstandsvorsitzender der REWE Group.

Erst Anfang des Jahres gelang „share“ deutschlandweit der bislang größte Launch einer sozialen Lebensmittelmarke in den Regalen von REWE und dm. Für beide Handelsketten ist Recyclat eine wichtige Innovation im Kampf gegen die Plastikflut.

„Das Plastik-Problem bewegt immer mehr Menschen, weil es ihnen mittlerweile im Alltag oder sogar im Urlaub am Strand begegnet. Trotzdem wird ein Großteil der Getränke weiter in Plastikflaschen verkauft, die vor allem aus Rohöl hergestellt werden und leider viel zu oft als Plastikmüll in der Natur landen. Die share-Flasche kommt ohne neue Rohstoffe aus und schließt so den Kreislauf aus Produktion und Recycling. Damit vermeiden wir über 200 Tonnen Plastikmüll pro Jahr“, sagt share-Gründer Dr. Sebastian Stricker.

Möglich macht das ein neues Verfahren: Dank spezieller Aufbereitung und Sortierung mittels Hochgeschwindigkeits-Lasertechnik kann altes Plastik vollständig wiederverwertet werden ohne Neuplastik hinzuzufügen. Das gewonnene Recyclat unterscheidet sich dabei in Aussehen, Haptik und Geruch nicht von handelsüblichen Flaschen und bietet Verbrauchern eine umweltfreundliche und für Lebensmittel geeignete Alternative.

Noch hat sich wiederverwertetes Plastik im Massenmarkt nicht etabliert. „Die gesamte Produktion umzustellen ist aufwendig. Die Flaschenherstellung wird teurer, die Marge geringer. Außerdem fehlt es vielerorts noch an ausreichenden Produktionskapazitäten, nicht zuletzt wegen der geringen Nachfrage. Als noch relativ junge Marke können wir das ändern, indem wir den ersten Schritt gehen und die Nachfrage ankurbeln, dadurch die Produktionskapazitäten steigern und die Preise hoffentlich sinken“, erklärt Stricker. Bekannte Premium-Marken zögern noch mit der Umstellung und verwenden nur 25 bis 50 Prozent recyceltes Material in ihren Flaschen – üblicherweise leicht zu erkennen auf dem Flaschenetikett. Theoretisch ließen sich so jedoch jährlich rund 300.000 Tonnen Plastikmüll – rund 10 Prozent des gesamten Kunststoffverpackungsmülls in Deutschland – einsparen.

Für Umwelt und Handel bietet eine Umstellung auf Recyclat eine große Chance. „Politik und Konsumenten fordern seit Jahren ökologisch vorteilhafte Verpackungen – das hieß bislang vor allem Mehrwegflaschen, die jedoch logistisch schwieriger zu handhaben und nicht immer ökologisch sinnvoller sind. Infolgedessen konnte sich Mehrweg bislang nicht durchsetzen und stagniert bei rund 23 Prozent für alkoholfreie Getränke“, erklärt Stricker. Mit Recyclat geht share nun den nächsten Schritt, um die beliebteste Verpackungsart - Einweg-Plastikflaschen - nachhaltiger zu machen.

Bei REWE liegt der Mehrweganteil bei alkoholfreien Getränken bei 38 Prozent, bei Bier sogar bei 88 Prozent und über das gesamte Sortiment bei rund 61 Prozent.

Innerhalb der nächsten zwölf Monate sollen auch die Verschlüsse folgen, für die eine Lebensmittelzulassung in Deutschland noch aussteht. „Wir haben share gestartet, um beim Einkauf Menschen in Not zu helfen. Mit unseren Recycling-Flaschen erweitern wir die Idee. Nach dem Motto: gut für mich, gut für andere und gut für die Umwelt“, sagt Stricker und ergänzt: „Der Preis unserer Flaschen bleibt trotzdem derselbe.“

Das share-Prinzip: Produkte beim Händler kaufen und gleichzeitig Gutes tun

Hinter dem Berliner Start-up share stehen die Gründer Dr. Sebastian Stricker, Ben Unterkofler, Iris Braun und Tobias Reiner. Ihnen gelang bereits Anfang des Jahres der größte Launch einer sozialen Lebensmittelmarke in Deutschland. Die Idee: Für jedes gekaufte share-Produkt – Mineralwasser, Handseife oder Bio-Nussriegel – stellt das Start-up nach dem 1+1 Prinzip einem Menschen in Not ein gleichwertiges Produkt bereit. Eine Flasche Wasser sichert einen Tag Trinkwasser durch den Bau oder die Reparatur von Brunnen, ein Bio-Nussriegel die Verteilung einer Portion Essen in Deutschland oder in Krisenländern wie dem Senegal und eine Flasche Handseife finanziert eine Seife. Der Preis der share-Produkte unterscheidet sich dabei nicht von gleichwertigen Artikeln. Zudem können Verbraucher – auch anders als bislang – über einen Trackingcode transparent nachverfolgen, wo die Hilfe hingeht.

Ein halbes Jahr nach dem Launch konnten von drei Millionen verkauften share Wasserflaschen bereits über 30 Brunnen in Liberia, Kambodscha, und Äthiopien finanziert werden. „Alle vier Sekunden teilen REWE-Kunden über „share“ ein Produkt mit einem Menschen in Not. Wir finden es wundervoll, wie die Idee angenommen wird, Spenden auf diese Art und Weise in den Alltag zu integrieren“, so Lionel Souque.

Gemäß einer Ipsos-Studie vom April 2018 hat bereits **jeder vierte Deutsche** von share gehört. „share ist die Weiterführung der Vision, soziale Ungleichheit durch das Teilen zu lindern und gleichzeitig Social Entrepreneurship in Deutschland zu etablieren“, so Sebastian Stricker. Neben Hilfsorganisationen wie Aktion gegen den Hunger, der Berliner Tafel e.V., dem Welternährungsprogramm der Vereinten Nationen und der Welthungerhilfe, verbreiten viele Prominente wie Karoline Herfurth, Nilam Farooq oder Max von der Groeben die share-Botschaft.

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 21 europäischen Ländern präsent.

Für Rückfragen:

REWE Unternehmenskommunikation, [presse@rewe.de](mailto:presse@rewe.de)

