

18.10.2020

## REWE hat seit 2016 300 Millionen Eier ohne Kükentöten verkauft

Kunden schätzen Produkte, die dem Tierwohl verpflichtet sind



Als erster großer Lebensmittelhändler in Deutschland hat REWE bereits seit 2016 begonnen, Maßnahmen gegen das millionenfache Töten männlicher Küken in der Legehennenzucht einzuführen. Dadurch konnte REWE von 2016 bis heute 300 Millionen Eier verkaufen, ohne dass dafür Küken getötet werden mussten. Bundesweit bietet REWE damit das größte Eier-Sortiment ohne Kükentöten im Eigenmarkensortiment an. Zum Hintergrund: In Deutschland werden jährlich 45 Millionen männliche Küken getötet, weil sie keine Eier legen und auch nicht genügend Fleisch ansetzen, um sie erst zu mästen und dann zu schlachten.

Die Maßnahmen bei REWE beruhen auf zwei Säulen: 2016 startete das Projekt „Spitz&Bube“, das Eier aus Bruderhahn-Projekten anbietet. In diesem einzigartigen Projekt werden die männlichen Küken nicht wie sonst üblich getötet, sondern bis zur Schlachtreife mit aufgezogen („Bube“). Auch auf das schmerzhaft Schnäbelkürzen bei den Legehennen wird verzichtet („Spitz“). Außerdem kommt

gentechnikfreies Futtermittel zum Einsatz. Diese Eier gibt es aus Bio-, Freiland- und Bodenhaltung.

2018 führte REWE zudem die „respeggt“-Freiland-Eier ein, die am Herzsiegel „Ohne Kükentöten“ zu erkennen sind. Diese Eier stehen für eine verbesserte und transparentere Lieferkette, in der konsequent auf das Töten der männlichen Küken verzichtet wird. Durch eine weltweit einzigartige Technologie werden die Bruteier nach ihrem Geschlecht sortiert. Nur die weiblichen Bruteier werden bis zum Schlupf der weiblichen Küken ausgebrütet.

Damit stehen Kunden in fast allen Märkten deutschlandweit zwei Alternativen für Eier ohne Kükentöten zur Verfügung. REWE ist nach wie vor bestrebt, bereits bis Jahresende sämtliche Freiland-Eigenmarken-Eier auf Kükentöten-freie Lieferketten umzustellen. Somit sind ab 2021 bereits 50 Prozent des Eigenmarken-Sortimentes auf Eier ohne Kükentöten umgestellt.

Die Marke von 300 Millionen verkauften Eiern ohne Kükentöten spiegelt auch ein verändertes Kundenverhalten wider. Als REWE mit „Spitz&Bube“ startete, landeten 2016 zunächst knapp vier Millionen der Eier in den Warenkörben. Wachsendes Interesse an Tierwohl hat Kunden auch für die Bedingungen in der Legehennenzucht sensibilisiert, so dass sie verstärkt zu nachhaltigen Produkten greifen. Erst dadurch ist Erfolg der Produktreihen möglich geworden.

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 24,5 Mrd. Euro (2019), mehr als 148.000 Mitarbeitern und über 3.600 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 2019 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von über 62 Milliarden Euro.

Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 363.000 Beschäftigten in 24 europäischen Ländern

präsent.

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

