



© Alexandra Pavloff

Hildegard Aichberger, Geschäftsführerin von Mutter Erde: „Die Herkunft von Lebensmitteln geht uns alle etwas an.“

Für Mutter Erde

Transparenz von der Bohne bis zur Tasse: Tchibo ist langjähriger Partner der Initiative Mutter Erde.

••• Von Eva-Louise Kremer

WIEN. Tchibo ist erneut Partner der Initiative Mutter Erde. Die aktuelle Kampagne stellt die Wertschätzung gegenüber Lebensmitteln ins Zentrum der gemeinsamen Aktivitäten. Unter dem Motto „Schau, wo dein Essen herkommt!“ werden Konsumenten angeregt, auf die Herkunft ihrer Lebensmittel zu achten.

Seit über zehn Jahren verfolgt Tchibo den Grundgedanken einer zu 100% nachhaltigen Geschäftstätigkeit und setzt sich mit einem ganzheitlichen Konzept für eine verantwortungsvolle Entwicklung der gesamten Kaffeebranche ein. Der Kaffeeröster hat in den letzten Jahren mit viel Engagement den umweltschonenden Anbau von Kaffee gestärkt – und die

Kunden können auf ein breites Sortiment nachhaltiger Tchibo-Kaffees zurückgreifen.

Verantwortung übernehmen

Mutter Erde ist ein Zusammenschluss von ORF und der führenden heimischen Umweltschutzorganisationen – Alpenverein, BirdLife, Global 2000, Greenpeace, Naturfreunde, Naturschutzbund, VCÖ und WWF.

Anlässlich des Welternährungstags am 16. Oktober wird ein erneuter Schwerpunkt auf den diesjährigen Leitsatz „Schau, wo dein Essen herkommt!“ gelegt. Bei Tchibo ist inzwischen ein Drittel des Kaffeesortiments aus nachhaltigem Anbau. Mittelfristig will das Unternehmen ausschließlich Kaffee anbieten, der gleichermaßen ökologische, soziale und ökonomische Anforderungen erfüllt.

„Tchibo Joint Forces“

Zwei Drittel der rund 20 Mio. Kaffeebauern sind Kleinfarmer. Sie besitzen oft nur ein oder zwei Hektar Land, Kenntnisse über effiziente Anbauweisen sind nicht vorhanden. Dort setzt „Tchibo Joint Forces!“ an und unterstützt die Farmer bei Anbau, Ernte und Weiterverarbeitung; die Initiative trägt somit wesentlich zur Existenzsicherung der Kaffeebauern und ihrer Familien bei.

„Was für uns ein Genussmoment ist, ist für Millionen Menschen in den Anbauländern die Lebensgrundlage“, so Tchibo-Geschäftsführer Harald J. Mayer. Er stellt klar: „Wir bringen unser Know-how direkt vor Ort ein, um eine nachhaltige Entwicklung des Kaffeesektors zu unterstützen.“

Unilever bläst Umzug ab

Über weitere Schritte wird beraten.

ROTTERDAM. Nach zunehmenden Protesten angelsächsischer Investoren hat der Konsumgüterkonzern Unilever den geplanten Umzug der Konzernzentrale von Großbritannien in die Niederlande abgesagt. Über weitere Schritte werde das britisch-niederländische Unternehmen nun beraten, so Aufsichtsratschef Marijn Dekkers. Unilever hatte im März eine neue Struktur und

einen Umzug angekündigt. Das Unternehmen reagierte damit auf den feindlichen Übernahmeversuch des Konkurrenten Kraft-Heinz. Der Hersteller von Seifen wie Dove oder Eiscreme der Marke Ben & Jerry's hatte das 143 Mrd. USD schwere Angebot aus den USA zwar abgewehrt, will sich aber nun in dem sich rasch wandelnden Markt effizienter aufstellen. (APA)



© ANP

Die Unilever-Zentrale hätte verlegt werden sollen. Jetzt kommt es anders.