



Ambitioniert

Die Vorstände der Rewe International AG, Marcel Haraszi und Michael Jäger, bei der Vorstellung der Initiative „Raus aus Plastik“.

Rewe will jetzt raus aus Plastik

Mit Green Packaging und der aktuellen Initiative „Raus aus Plastik“ macht sich Rewe öko-fit.

WIEN. „Wir sind überzeugt davon, dass isolierte Einzelmaßnahmen, wie die Auslistung einzelner Produkte, nicht zielführend sind“, sagt Marcel Haraszi, Vorstand Rewe International AG. Anlass dafür ist das Commitment für die Initiative „Raus aus Plastik“. Der Rewe-Chef führt aus: „Nur ein ganzheitlicher Ansatz über alle Produktgruppen hinweg und die Einbeziehung aller relevanten Player beim Thema Verpackungen kann wirklich etwas für die Umwelt bewegen.“

Umweltfreundliche Verpackungen sind als wesentlicher Teil der Rewe Group-Nachhaltigkeitsstrategie bereits festgeschrieben. Nun wird das Engagement ausgeweitet: Bis Ende 2019 soll das gesamte Bio Obst- und Gemüsesortiment umweltfreundlicher verpackt oder lose angeboten werden. Für die losen Produkte gibt es ab sofort ein österreichisches Mehrweg-Frischenetz aus Zellulose. Zudem

findet unter dem Motto „Raus aus Plastik“ ein Ideen-Wettbewerb für Kunden und Start-ups statt, bei dem Ideen für umweltfreundlichere Verpackungslösungen eingebracht werden können. Langfristig sollen bis Ende 2030 alle Produkte der rund 60 Lebensmittel-Eigenmarken umweltfreundlicher verpackt sein.

Leistbar und vertretbar

Michael Jäger, als Vorstand Rewe International AG zuständig für Penny, behält die Wirtschaftlichkeit der Umweltmaßnahmen im Auge: „Unser Anspruch als führender Nahversorger ist es, nachhaltige Verpackungslösungen zu finden, die ökologisch sinnvoll, für alle unsere Kunden leistbar und für uns als Unternehmen wirtschaftlich vertretbar sind – nur so sind nachhaltig positive Effekte möglich.“ Deswegen sollen in den nächsten Jahren nicht nur alle Verpackungen der Rewe Group-

Eigenmarken systematisch umweltfreundlicher gestaltet werden – gleichzeitig werden Gespräche mit Lieferanten über ökologische Verbesserungspotenziale bei deren Verpackungen geführt. Verpackungswirtschaft, Wissenschaft und NGOs sollen verstärkt miteinbezogen werden, um ein breites öffentliches Bewusstsein für umweltfreundliche Verpackung zu schaffen.

Spürbare Maßnahmen

Schon die erste Etappe ist ambitioniert: Bis Ende 2019 sollen die Maßnahmen für täglich rd. 1,5 Mio. Kunden sichtbar und spürbar sein. Dann wird das gesamte Obst & Gemüse-Sortiment der beiden Bio-Marken Ja! Natürlich (Billa, Merkur, Adeg, Sutterlüty) und Echt Bio (Penny) entweder unverpackt (lose) oder umweltfreundlicher verpackt angeboten werden.

Ja! Natürlich war auch schon bisher Vorreiter bei nachhaltigen Verpackungen. Durch die „Green

Packaging“-Initiative konnten schon über 480.000 kg Plastik eingespart werden, 92.000 kg davon allein im Jahr 2017. Zudem sind mit Ende 2018 bereits 2/3 des gesamten Bio Obst & Gemüse von Ja! Natürlich lose oder nachhaltig verpackt.

Seit 8.11.2018 finden sich nun bei Merkur, Billa und Adeg auch umweltfreundliche Mehrweg-Netze als Alternative zu den Kunststoff-Knotenbeuteln. Die sind nicht nur ökologisch top, sie halten Lebensmittel auch durch die atmungsaktiven und feuchtigkeitsregulierenden Eigenschaften bis zu drei Tage länger frisch. Die Netze kosten 3,99 € (für drei Stück). (red)

”

Nur ein ganzheitlicher Ansatz über alle Produktgruppen hinweg und die Einbeziehung aller Player beim Thema Verpackungen kann wirklich etwas für die Umwelt bewegen.

Marcel Haraszi
Rewe International

“