



Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group

Naturschutztage Radolfzell 6.1.2011



6. Januar 2011

Dr. Josef Lüneburg-Wolthaus

1

Pro Planet – Das neue Label für nachhaltige Produkte

2

Pro Planet am Beispiel von Äpfel vom Bodensee

Die vier Säulen der Nachhaltigkeit

Nachhaltige Lebensqualität schaffen

Gesellschaftliches Engagement



Positionierung der REWE Group als Unternehmen, das gesellschaftliche Verantwortung übernimmt



Energie, Klima und Umwelt



Aktiver Beitrag zum Ressourcen- und Klimaschutz



Mitarbeiter



Zufriedene, engagierte und produktive Mitarbeiter für begeisterte Kunden



Grüne Produkte



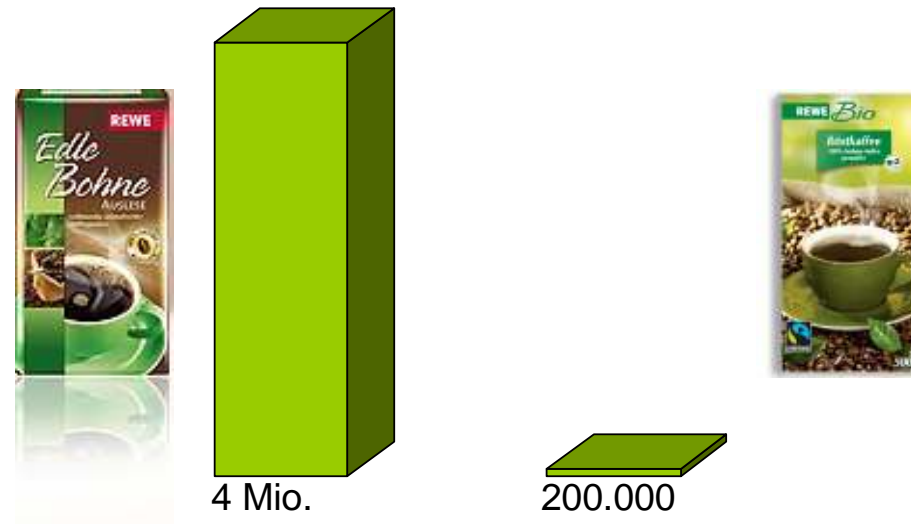
Proaktive nachhaltige Sortimentsgestaltung und Förderung des Konsums nachhaltiger Produkte



Strategisches Ziel: Nachhaltigere Produkte im Massenmarkt

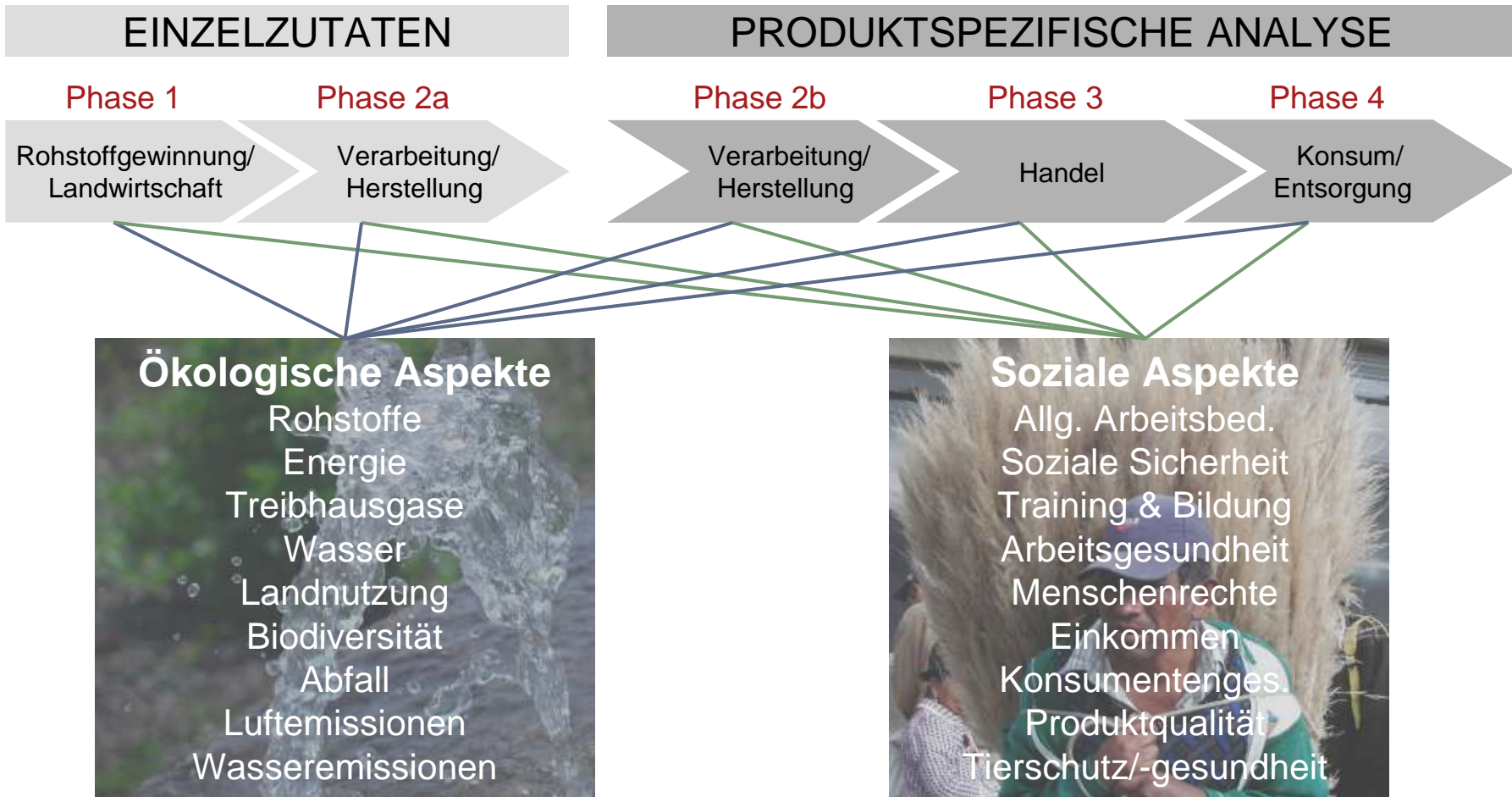


Kundenkontakte pro Jahr am Beispiel von Kaffee

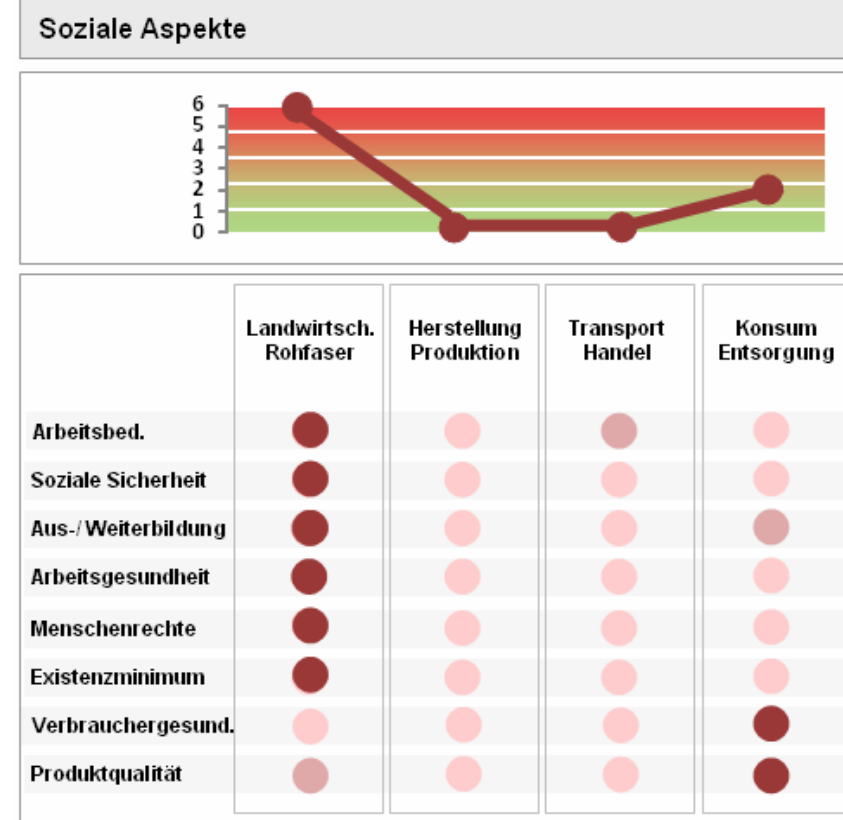
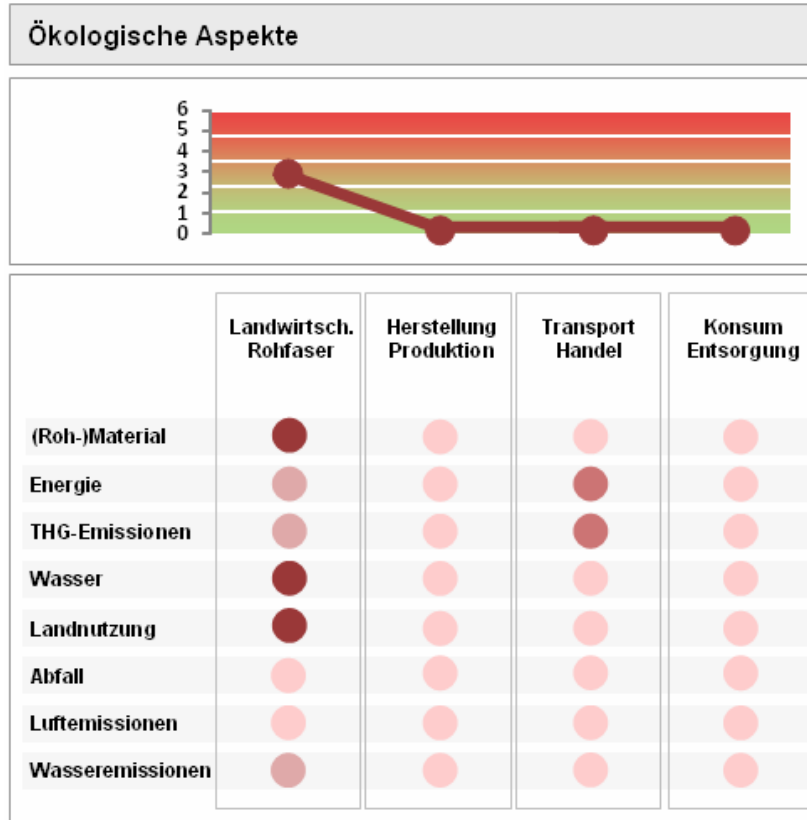


Förderung des nachhaltigen Konsums im **Massenmarkt** durch die Kennzeichnung von konventionellen Produkten mit dem **PRO PLANET-Label**

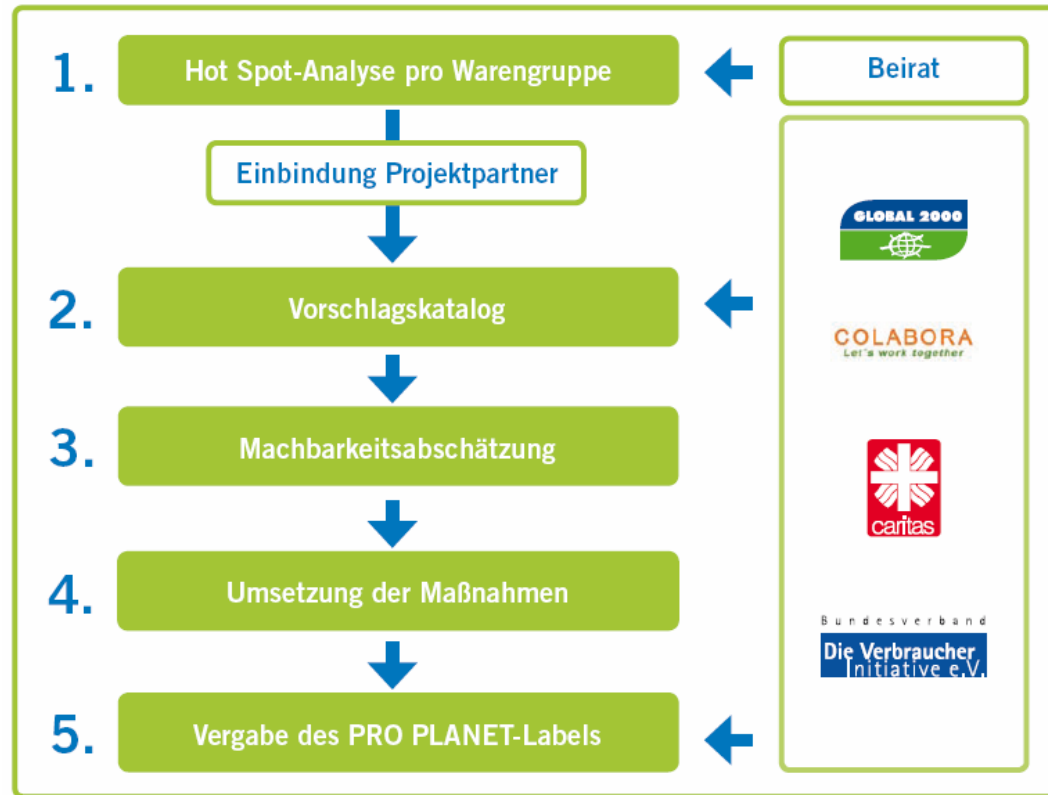
Aufbau einer Hot Spot-Analyse



Hot Spot-Karten



In 5 Schritten zum Pro Planet-Produkt



Die drei abgerundeten Ecken des PRO PLANET-Labels stehen für die drei Aspekte der Nachhaltigkeit: Ökologie, Soziales und Ökonomie.

Über die Eingabe der Kennziffer auf der PRO PLANET-Website können alle relevanten Informationen zum Produkt online abgerufen werden.

Der Zusatznutzen gibt Auskunft über den spezifischen ökologischen oder sozialen Mehrwert des jeweiligen Produktes.

Ziele von Pro Planet

Förderung des nachhaltigen Konsums im Massenmarkt

Orientierungshilfe für den Konsumenten
durch Kennzeichnung von Produkten auf der Verpackung und am POS

Sensibilisierung der Konsumenten
durch einfache Erklärung von Nachhaltigkeitsthemen

Glaubwürdigkeit und Vertrauen
durch transparente Informationen und kompetente Partner

Imagesteigerung
durch Wahrnehmung der REWE Group in Zusammenhang mit Nachhaltigkeit

Lösungsansatz Äpfel



- **Streuobst** :
 - + Hohe Umweltverträglichkeit
 - Zu geringe Produktivität; abnehmende Flächen
 - ➔ Nischenprodukte (Marktwert bundesweit ca. 30 Mio Euro)
- **Bio-Anbau** :
 - + Gute Umweltverträglichkeit
 - hohe Kosten, teilweise schlechtere Ökoeffizienz (CO₂), Monokultur
 - ➔ begrenzte Akzeptanz (Bildung, Einkommen; 5 % Marktanteil)
- **Integrierter Anbau** :
 - + Hohe Produktivität, niedrige Kosten
 - negative Umweltfolgen (Pflanzenschutz, Monokultur)
 - ➔ Breite Akzeptanz (95 % Marktanteil)

Ergebnisse der Hot Spot-Analyse und Definition der Projektziele

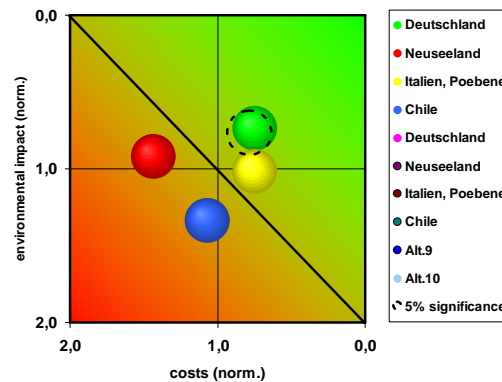


Hot Spots

- Pestizid-/Düngemittleinsatz
- Monokultur
- Schwindende Biodiversität
- Rückgang der (Wild-)Bienen → Indikator



© Fachschule Geisdorf



Fast Based Analysis: Wuppertal-Team

Company internal reference: Dr. Lüseburg

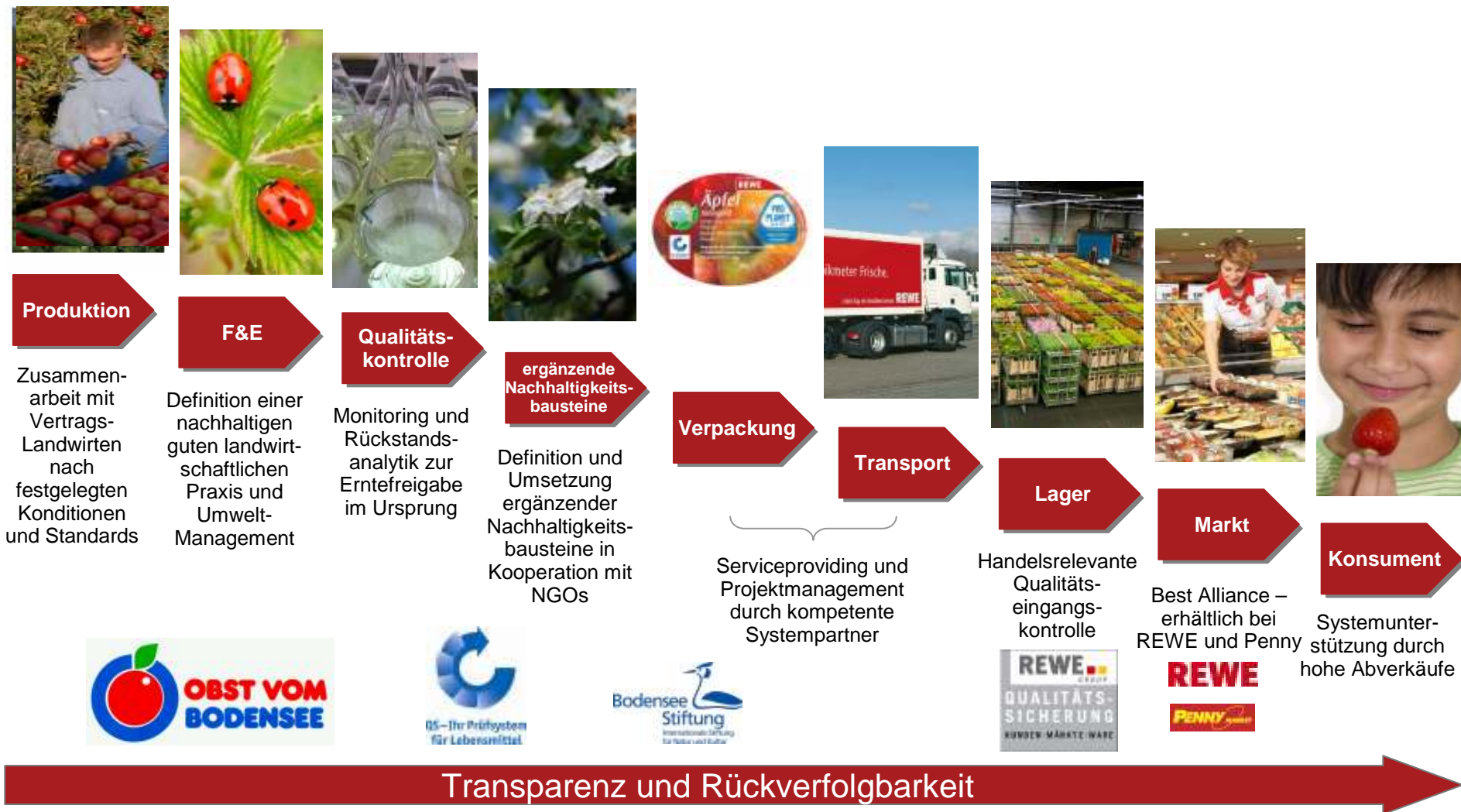
CSCP – UNEP/Wuppertal Institute Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production
 Email: info@csp-centre.org
 Website: <http://www.csp-centre.org/>

May 2009

Projektziele

- Erhöhung der Biodiversität durch Strukturelemente und Blühflächen
- Monitoring von Indikatorarten
- Umweltmanagement auf Erzeugerbetrieben
- Pestizidreduktion (Positivliste)

Maßnahmen – Vertikal integrierte Beschaffungssysteme



Bienenfreundliche Maßnahmen in Pilotbetrieben



Entwicklung und Erprobung von Maßnahmen in Pilotbetrieben

- ein- oder mehrjährige Blühstreifen mit gebietsheimischen Arten
- Blühmischungen und Phacelia auf Rodungsflächen
- blühende Fahrgassen in Junganlagen
- Hecken mit gebietsheimischen Gehölzen (keine Wirtspflanzen für Feuerbrand!)
- gebietsheimische Gehölze am Reihenende, die später als der Apfel
- Pollen und Nektar liefern
- Anlage von Trockensteinmauern
- Nistkästen für Wildbienen

**Ziel : Umsetzung der Maßnahmen bei 50% der Erzeuger mit 80% der Fläche
in 3 Jahren**

Begleitende Maßnahmen



- **Monitoring von Indikatorarten (Wildbienen)**
- **Umweltmanagement auf den Betrieben**
 1. Schritt : Monitoring Energieverbrauch
- **Biodiversität auf Firmenarealen**
- **Unabhängige ökotoxikologische Bewertung der Pflanzenschutzmaßnahmen**
- **Wissenstransfer**



**Projekte in allen relevanten deutschen
Obstbauregionen**

- **O&G :**

Erdbeeren (Spanien), Paprika & Tomaten (Spanien & Marokko),

Bananen (Panama), Kartoffeln (Deutschland), Äpfel (national)

Trauben (Italien),...

- **Rosen (Kenia)**

- **Fisch**

- **Backwaren**

- **Papier**

- **Baumwolle**

- **Palmöl**

-
.....

REWE  
GROUP