

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/52007/1676630/joschka-fischer-engagiert-sich-fuer-die-rewe-group-und-gibt-den-startschuss-fuer-deutschlandweite> abgerufen werden.

Rewe Group

Joschka Fischer engagiert sich für die REWE Group und gibt den Startschuss für deutschlandweite Aktionswoche zur Nachhaltigkeit vom 13.-18. September

06.09.2010 - 11:00 Uhr, Rewe Group

Köln/Mainz (ots) - Mit einer deutschlandweiten Aktionswoche vom 13. bis 18. September 2010 präsentiert die REWE Group der Öffentlichkeit ihr nachhaltiges Engagement. "Unseren weitreichenden Einsatz für Umwelt- und Ressourcenschutz, für die Förderung Grüner Produkte sowie für die Übernahme von Verantwortung für Mitarbeiter und Gesellschaft machen wir damit für die Verbraucher in Deutschland noch transparenter" erklärt Alain Caparros, Vorstandsvorsitzender des Kölner Handels- und Touristikkonzerns. Im Mittelpunkt der Aktionswoche stehen das Thema "umwelt- und sozialverträglicher Konsum" und die Einführung des neuen REWE Group-Nachhaltigkeits-Labels PRO PLANET für Eigenmarkenprodukte des Unternehmens. In vielen Märkten und Reisebüros sowie an den Zentralstandorten der Unternehmensgruppe in Deutschland und Österreich wird mit Informationen und Aktionen auf das nachhaltige Engagement aufmerksam gemacht.

Übergreifendes Element der Aktionswoche für mehr Umwelt- und Sozialverträglichkeit ist das neue Nachhaltigkeits-Label PRO PLANET für Eigenmarkenprodukte. "Mit PRO PLANET wollen wir unseren Kunden eine Orientierungshilfe für nachhaltig produzierte Produkte geben", erklärt Manfred Esser, Vorstand Strategischer Einkauf der REWE Group und verantwortlich für den Bereich Nachhaltigkeit, im Rahmen einer Pressekonferenz am zweiten Green Building von REWE in Mainz. Seit dem Start mit Erdbeeren, die als erstes PRO PLANET-Produkt im April dieses Jahres bei REWE Einzug hielten, sind rund 80 weitere Produkte in den Supermärkten der REWE, toom Verbrauchermärkten, den Discount-Märkten von PENNY und den toom Baumärkten gefolgt - darunter Tomaten, Äpfel, Textilien, Brot- und Backwaren sowie Papierprodukte. Mit dem Label PRO PLANET werden solche Eigenmarkenprodukte der REWE Group gekennzeichnet, die durch ihre Herstellung, Verarbeitung oder Verwendung Mensch und Umwelt deutlich weniger belasten und deshalb messbare positive ökologische und soziale Eigenschaften haben. Während der Aktionswoche wird REWE- und PENNY-Kunden bei Verkostungsaktionen die Gelegenheit geboten, diese Produkte direkt im Markt zu probieren beziehungsweise zu testen.

Vor rund drei Jahren hat die REWE Group als einer der ersten Handelskonzerne in Europa das Thema Nachhaltigkeit unter dem Leitsatz "Gemeinsam für ein besseres Leben" fest in ihrer Unternehmensphilosophie verankert. "Nachhaltigkeit ist für uns nicht Trend, sondern wesentliches Element der Unternehmensstrategie", erklärt Alain Caparros. Das Unternehmen bekenne sich zu seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt. Dazu wurde die unternehmenseigene Nachhaltigkeitsstrategie auf vier Säulen gestellt, um die sich auch während der Aktionswoche zur Nachhaltigkeit alle Aktivitäten drehen werden: "Grüne Produkte", "Energie, Klima und Umwelt", "Mitarbeiter" und "Gesellschaftliches Engagement".

Den Auftakt zur Aktionswoche bildet die REWE-Aktion "Gemeinsam Gutes tun - Seilspringen für einen guten Zweck". Für jede Person, die am Samstag, dem 11. September, zwischen 14 Uhr und 15 Uhr in oder an einem der rund 3.300 deutschlandweiten REWE-Märkte eine Minute seilspringt, spendet REWE 50 Cent an die Hilfsorganisation "Ein Herz für Kinder". Gleichzeitig will REWE seine Kunden damit zu mehr körperlicher Aktivität im Rahmen des Engagements für "gesunde Ernährung und Bewegung" anregen. Zwischen dem 13. und 18. September werden Verbraucher zahlreiche Gelegenheiten haben, selbst zu erleben, was der Begriff Nachhaltigkeit in der Praxis des Handels- und Touristikunternehmens bedeutet. Unter anderem wird REWE am Dienstag und Mittwoch der Aktionswoche mit Obst gefüllte Vitamin-Eimer für nur fünf Euro anbieten und auf diese Weise einen Impuls für ausgewogene, gesunde Ernährung geben. Neben der Broschüre "Mampf" mit Bewegungs- und Ernährungstipps für Kinder, die während der Aktionswoche kostenlos an allen Kassen verteilt wird, hält REWE am Montag und Donnerstag für jedes Kind im Markt auch je ein Stück Obst gratis bereit. PRO PLANET- und REWE Bio-Produkte können an Verkostungsständen im Markt probiert werden. Letztere bietet REWE während der gesamten Aktionswoche mit zehn Prozent Rabatt an.

Mit speziellen Angeboten in Handzetteln und auf Plakaten wird PENNY seine Kunden auf nachhaltige Produkte aufmerksam machen: Über 40 mit dem Nachhaltigkeitslabel PRO PLANET gekennzeichnete Produkte von Tomaten über Papier und Hygieneartikel bis hin zu Textilien hat der Discounter der REWE Group eingelistet. PENNY wird diese Artikel gesondert bewerben und in den 2.400 PENNY-Märkten deutschlandweit präsentieren. An von Auszubildenden organisierten Verkostungsständen werden PENNY-Kunden in bis zu 300 Filialen Gelegenheit haben, die Bio- und PRO PLANET-Produkte vor dem Kauf zu testen. Schließlich lockt während der Aktionswoche ein Gewinnspiel mit attraktiven und nachhaltigen Preisen wie Elektroauto oder -roller und Fahrräder.

Energieberatung steht bei toom Baumarkt im Fokus der Nachhaltigkeits-Aktivitäten während der Aktionswoche. In dieser Zeit bietet toom Baumarkt in Zusammenarbeit mit Lieferanten und dem

Bundesverband des Schornstiefegerhandwerks in ausgewählten Filialen eine Energieberatung an. Dazu zählen Tipps zur Heizkostensenkung, zum Wassersparen, zur Regenwasseraufbereitung, Thermografie und Solar, die toom Baumarkt-Kunden während der gesamten Aktionswoche in rund 160 toom Baumärkten deutschlandweit erhalten. Informationssäulen in den Baumärkten liefern Hintergründe zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens. Als Beitrag für die gesunde Ernährung seiner Kunden verteilt toom Baumarkt insgesamt 300.000 Äpfel an die Marktbesucher während der Aktionswoche zur Nachhaltigkeit. Neben weiteren Maßnahmen führt toom Baumarkt im Rahmen des Gesellschaftlichen Engagements der REWE Group in Kooperation mit der Universität zu Köln in einem Pilotprojekt Energiespar-Experimente in ausgewählten Schulen durch, um so bereits den Jugendlichen den verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen und begrenzten Ressourcen nahe zu bringen.

Unter dem Motto "Energiesparen mit ProMarkt" legt die Unterhaltungselektronik-Sparte der REWE Group den Fokus während der Aktionswoche auf den Ressourcenschutz. Im Bereich der Nachhaltigkeitssäule "Grüne Produkte" bietet ProMarkt verstärkt energiesparende Produkte sowie Zubehör zum Stromsparen an. Über die Projekte, die ProMarkt selbst bereits im Bereich "Energie, Klima, Umwelt" umgesetzt hat, informieren Plakate in den Märkten. Zur visuellen Verstärkung der Aktionswoche werden vom 13. bis 18. September sämtliche Bildschirme in allen ProMarkt-Filialen in sattem Grün erstrahlen. In eigens eingerichteten Energiespar-Ecken werden Energieberater ProMarkt-Kunden den richtigen Umgang mit Haushalts- und Unterhaltungselektronik-Geräten zeigen.

Und auch die Business to Business-Einheiten der REWE Group haben Aktivitäten zum Thema Nachhaltigkeit geplant. So bietet Fegro/Selgros Cash&Carry ihren Großkunden während der Aktionswoche insbesondere Artikel aus FSC-zertifiziertem Tropenholz, Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau, Fairtrade-Produkte und die "Faire Milch" an. Darüber hinaus werden Fegro/Selgros-Kunden aktiv über das Energie-Effizienz-Management und viele weitere Umwelt schonende Aktivitäten der Cash&Carry-Märkte der REWE Group wie Dachbegrünung, Einsatz von Kältemittelalternativen, Regenwassernutzung oder Regenwasserrückhalt informiert.

Derweil startet REWE-Foodservice während der Aktionswoche eine Offensive für nachhaltige Produkte unter Einbindung diverser Lieferanten. Zudem hat REWE-Foodservice einen Speiseplan für seine Großkunden entwickelt, auf dem ausschließlich nachhaltige Produkte während der Aktionswoche zu finden sind. Seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ruft der REWE-Foodservice am Freitag, dem 17. September 2010, dazu auf, nicht mit dem eigenen PKW zur Arbeit zu kommen, sondern Fahrgemeinschaften zu bilden beziehungsweise mit Bus oder/und Bahn, mit dem Fahrrad oder zu Fuß den Weg zum Arbeitsplatz zurückzulegen. Dadurch soll der CO2-Ausstoß an diesem Aktionstag um insgesamt fünf Tonnen verringert werden. Für jeden umweltschonend zurückgelegten Kilometer spendet das Unternehmen zehn Cent für das interne REWE Group-Projekt "Gemeinsam für Haiti", das sich dem Wiederaufbau einer Anfang 2010 durch das Erdbeben zerstörten Schule in Port-au-Prince widmet.

Die Touristik der REWE Group hat nach der Tsunami-Katastrophe 2004 ein nachhaltiges Hilfsprogramm für Vorschulkinder in Sri Lanka entwickelt. In Zusammenarbeit mit einem lokalen Partner wurden im Rahmen des Piyawara-Projektes acht Vorschulen für jeweils 100 Kinder gebaut, Lehrmaterial und Schulkleidung zur Verfügung gestellt, Lehrerseminare und eine Aufklärungskampagne für Eltern finanziert, damit sie besser auf die psychische Ausnahmesituation ihrer Kinder reagieren können. Im Rahmen der Nachhaltigkeitswoche spenden die konzerneigenen Reisebüros einen Euro pro Buchung an das Piyawara-Projekt. Die Kunden werden in den DER- und Atlas Reisen-Reisebüros mit Schaufensterdekorationen und Informationsmaterial auf die Aktion hingewiesen.

Die REWE Touristik informiert Reisebüros und Gäste zudem mit Broschüren zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen - von Klimaschutz über UNESCO Welterbethemen bis zur Erhaltung von Korallen-Riffen. Gerade in Ägypten ist die Zerstörung der Korallenriffs durch Touristen und Ausflugsboote ein großes Problem. Zur Nachhaltigkeitswoche informiert die REWE Touristik deshalb alle Gäste, die nach Ägypten reisen, mit der Broschüre "Korallen - Tipps und Infos zu den Stars der Meere". Darüber hinaus können alle Gäste der REWE Touristik, die in der Nachhaltigkeitswoche ihre Reiseunterlagen erhalten, an einem Gewinnspiel zum Thema Korallen teilnehmen.

Während der Aktionswoche zur Nachhaltigkeit werden neben vielen weiteren Aktionen für alle Besucher der Zentralstandorte der REWE Group Äpfel und Bananen zum Mitnehmen an den Empfängen zur Verfügung stehen. Mitarbeiter der Zentralen dürfen sich über nachhaltiges Mittagessen in den Kantinen freuen. Dazu hat die REWE Group ihre Köche im Vorfeld mit einem viertägigen Lehrgang zu Themen wie Bio-Essen oder Beschaffung nachhaltiger Produkte vorbereitet. Darüber hinaus sollen mittels Plakaten und Filmen alle Mitarbeiter für das Thema Energiesparen sensibilisiert werden. Schließlich wird allen Mitarbeitern angeboten, ihren Kindern das Unternehmen REWE Group zu zeigen. Mittags werden spezielle Kindermenüs in den Kasinos der Zentralstandorte angeboten.

Die REWE Group ist mit einem Umsatz von über 50 Milliarden Euro und 330.000 Beschäftigten einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Das mehr als 80 Jahre alte Unternehmen ist in 16 Ländern mit über 15.000 Märkten präsent. Zu den Vertriebslinien zählen Super- und Verbrauchermärkte der Marken REWE, toom und BILLA, der Discounter PENNY, die Baumärkte von toom Baumarkt und der Elektronikanbieter ProMarkt. Zur Touristik gehören die Veranstalter ITS, JAHN REISEN und TJAEREBORG sowie DERTOUR, MEIER'S WELTREISEN und ADAC REISEN, außerdem rund 2.500 Reisebüros.

Bildmaterial können Sie unter www.rewe-group.com/presse/mediendatenbank/ abrufen.

Für Rückfragen:

REWE Group-Unternehmenskommunikation,
Tel.: 0221-149-1050,
Fax: 0221-138898,
E-Mail: presse@rewe-group.com

Originaltext:

Pressemappe:

Pressemappe als RSS:

Rewe Group

<http://www.presseportal.de/pm/52007/rewe-group>

http://presseportal.de/rss/pm_52007.rss2