

**Thema: Umweltschutz im Supermarkt – NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2013“**

**Beitrag:** 2:07 Minuten

**Anmoderationsvorschlag:** Lebensmittel aus der Region, Bio-Kost, Mehrwegflaschen und wiederverwendbare Einkaufstaschen: Immer mehr Deutsche legen beim Einkaufen Wert auf umweltfreundliche Produkte. Doch die vielen verschiedenen Siegel und Zertifikate auf den Verpackungen verwirren häufig und der Kunde bleibt ratlos. Um für mehr Durchblick zu sorgen, hat der Naturschutzbund Deutschland (NABU) auch in diesem Jahr wieder den Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2013“ vergeben. Damit werden besonders umweltfreundlich engagierte Supermärkte ausgezeichnet. Jurymitglied und NABU-Präsident Olaf Tschimpke hofft, dass das auch andere Märkte motiviert, sich für Umweltschutz einzusetzen.

**O-Ton 1 (Olaf Tschimpke, 0:36 Min.):** „Der NABU nimmt mit diesem Preis den Handel in die Verpflichtung. Er muss nämlich darauf hinweisen, welche Produkte wirklich nachhaltig sind. Und das kann man mit einer erstklassigen Beschilderung, das kann man mit Aktionen machen, beim Bereich Getränke ist das einfach herzustellen. Man braucht nur ein Schild aufzustellen, was sind Mehrwegflaschen, was sind ökologisch vorteilhafte Getränkekartons, und was sind negative Plastikflaschen, Einwegflaschen, die tatsächlich nicht in den Handel gehören. Dieser Preis soll eine Sogwirkung erzeugen, durch positive Beispiele wollen wir, dass alle am Ende mitmachen und hier tatsächlich eine Veränderung in der Gesellschaft erzeugt wird.“

**Sprecher: In die Tat umgesetzt haben das bereits Klaus Nüchter und sein Team der tegut-Filiale in der Heinrich-von-Stephan-Straße in Bad Hersfeld und wurden dafür ausgezeichnet.**

**O-Ton 2 (Klaus Nüchter, 0:16 Min):** „Nachhaltigkeit, Regionalität, mit Lieferanten um die Ecke wie zum Beispiel Sonnenhof-Eier, die bei uns 15 Kilometer vor der Tür sind, dass unser Schweinefleisch direkt vom Bauern um die Ecke kommt, und da muss ich sagen, da sind wir doch sehr, sehr gut aufgestellt.“

**Sprecher: In der Kategorie „Biolebensmittelmärkte“ freut sich Mersi Osmani aus dem Alnatura Super Natur Markt in der Giesebrechtstraße in Berlin-Charlottenburg über den Preis.**

**O-Ton 3 (Mersi Osmani, 0:17 Min.):** „Besonders gelobt wurde, dass wir für Mensch und Natur stehen. Besonders gelobt wurde außerdem, dass wir erstmalig das Konzept Bio-Bistro haben, und besonders wurde gelobt auch, dass wir ganz stark auf Regionalität setzen, wie zum Beispiel wir ganz eng auch zusammenarbeiten mit Demeter-Höfen im Umland von Berlin.“

**Sprecher: Dritter Preisträger ist Roman Knichel vom REWE Markt Bremerwiese 2 in Morbach, der sich aber auch in Zukunft weiter anstrengen will.**

**O-Ton 4 (Roman Knichel, 0:15 Min.):** „Wir haben jetzt veganen Käse aufgenommen, und merken, dass das da wirklich angenommen wird, dass man den auch essen kann, der schmeckt tatsächlich auch. Und veganer Bereich, vegetarischer Bereich, dass das immer einen höheren Stellenwert annimmt und dass wir da einfach unsere Produktvielfalt ausbauen.“

**Sprecher: Besonders freuen konnte sich das Team des REWE Markts in Mengerskirchen. Sie haben innerhalb eines Jahres ihren Anteil an Bio-Artikeln verdoppelt und wurden dafür mit dem Sonderpreis der Jury für „die beste umweltfreundliche Entwicklung“ für ihr Engagement belohnt.**

**Abmoderationsvorschlag:** Ein Bericht von Oliver Heinze. Mehr über den NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2013“ und die Preisträger finden Sie im Internet unter [www.NABU.de/gruener-einkaufskorb](http://www.NABU.de/gruener-einkaufskorb).

**Thema: Umweltschutz im Supermarkt – NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2013“**

**O-Ton-Paket:** 3:20 Minuten

**Anmoderationsvorschlag:** Lebensmittel aus der Region, Bio-Kost, Mehrwegflaschen und wiederverwendbare Einkaufstaschen: Immer mehr Deutsche legen beim Einkaufen Wert auf umweltfreundliche Produkte. Doch die vielen verschiedenen Siegel und Zertifikate auf den Verpackungen verwirren häufig und der Kunde bleibt ratlos. Für mehr Durchblick sorgt da der Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2013“, den der Naturschutzbund Deutschland (NABU) gerade frisch in Berlin an umweltfreundliche Lebensmittelmärkte vergeben hat. Mehr über die Preisträger erfahren Sie hier.

[Hier finden Sie O-Töne von den am 25.11.2013 ausgezeichneten Gewinnern des NABU-Umweltpreises „Grüner Einkaufskorb 2013“ in den Kategorien „Filialen der großen Lebensmittelketten“, „Selbstständige Lebensmittelmärkte“, „Biolebensmittelmärkte“ und des Jury-Sonderpreises für „die beste umweltfreundliche Entwicklung“ sowie vom NABU-Präsidenten Olaf Tschimpke.]

**Sieger in der Kategorie „Filialen der großen Lebensmittelketten“: tegut-Filiale, Heinrich-von-Stephan-Straße 4, Bad Hersfeld / Hessen, Filialgeschäftsführer: Klaus Nüchter**

**1. Herr Nüchter, warum hat die Jury Ihren Markt mit dem NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2013“ ausgezeichnet?**

**O-Ton 1 (Klaus Nüchter, 0:16 Min.):** „Nachhaltigkeit, Regionalität, mit Lieferanten um die Ecke wie zum Beispiel Sonnenhof-Eier, die bei uns 15 Kilometer vor der Tür sind, dass unser Schweinefleisch direkt vom Bauern um die Ecke kommt, und da muss ich sagen, da sind wir doch sehr, sehr gut aufgestellt.“

**2. Welche Ziele haben Sie sich noch für die Zukunft gesetzt?**

**O-Ton 2 (Klaus Nüchter, 0:26 Min.):** „Die nächsten Ziele sind, noch mehr diesen regionalen Gedanken den Kunden rüber zu bringen und auch noch mehr regionale Lieferanten, die wir in unserem Umfeld haben, leichter zu bekommen. Es ist halt oft sehr schwierig, da wir ein Zentralunternehmen sind, und da auch oft erst Gespräche geführt werden müssen – ja, ich will da so ein bisschen drangehen, da auch zu sagen: ich brauch den, seht zu, dass er beikommt!“

**Sieger in der Kategorie „Selbstständige Lebensmittelmärkte“: REWE Knichel OHG, Bremerwiese 2, Morbach/Rheinland-Pfalz, Geschäftsführer: Roman Knichel**

**3. Herr Knichel, was tun Sie denn in Ihrem Markt für die Umwelt?**

**O-Ton 3 (Roman Knichel, 0:31 Min.):** „Das nächste Projekt ist, einen kleinen REWE-Obstgarten anzupflanzen, das heißt, wir setzen Obstbäume und Kinder übernehmen die Patenschaft und lernen halt dadurch von der Ernte her bis zum Marmeladekochen bis hin zum

Verkaufen nachher auch der Marmelade. Ja, und was auch ein großer Baustein von unserem Supermarkt ist, ist Lokalität tatsächlich. Wir haben 19 Lieferanten im Umkreis von 40 Kilometern und werden täglich beliefert mit frischen Eiern, mit Honig, mit Apfelsaft, und machen ganz viel auch im Bereich Lokal.“

#### **4. Was ist für die Zukunft geplant?**

**O-Ton 4 (Roman Knichel, 0:19 Min.):** „Dass wir auch halt merken, dass Kunden immer mehr vegane Produkte verlangen. Wir haben jetzt veganen Käse aufgenommen und merken, dass das da wirklich angenommen wird, dass man den auch essen kann, der schmeckt tatsächlich auch. Und veganer Bereich, vegetarischer Bereich, dass das immer einen höheren Stellenwert annimmt und dass wir da einfach unsere Produktvielfalt ausbauen.“

**Sieger in der Kategorie „Biolebensmittelmärkte“: Alnatura Super Natur Markt, Filiale Giesebrechtstr. 4, Berlin-Charlottenburg/Berlin, Filialen-Mitarbeiterin Mersi Osmani:**

#### **5. Frau Osmani, mit welchem Konzept hat Ihre Filiale die Jury des NABU-Umweltpreises überzeugt?**

**O-Ton 5 (Mersi Osmani, 0:17 Min.):** „Besonders gelobt wurde, dass wir für Mensch und Natur stehen. Besonders gelobt wurde außerdem, dass wir erstmalig das Konzept Bio-Bistro haben, und besonders wurde gelobt auch, dass wir ganz stark auf Regionalität setzen, wie zum Beispiel wir ganz eng auch zusammenarbeiten mit Demeter-Höfen im Umland von Berlin.“

**NABU-Präsident Olaf Tschimpke:**

#### **6. Herr Tschimpke, Sie haben jetzt bereits zum vierten Mal den NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb“ verliehen. Warum haben Sie den überhaupt ins Leben gerufen?**

**O-Ton 6 (Olaf Tschimpke, 0:47 Min.):** „Der NABU nimmt mit diesem Preis den Handel in die Verpflichtung. Er hat die Schlüsselfunktion bei der Kommunikation mit dem Kunden und auch die Schlüsselfunktion zu den Herstellern. Und wir wollen zeigen, dass hier der Handel deutlich mehr tun kann und muss. Er muss nämlich darauf hinweisen, welche Produkte wirklich nachhaltig sind. Und das kann man mit einer erstklassigen Beschilderung, das kann man mit Aktionen machen, beim Bereich Getränke ist das einfach herzustellen. Man braucht nur ein Schild aufzustellen, was sind Mehrwegflaschen, was sind ökologisch vorteilhafte Getränkekartons, und was sind negative Plastikflaschen, Einwegflaschen, die tatsächlich nicht in den Handel gehören. Dieser Preis soll eine Sogwirkung erzeugen, durch positive Beispiele wollen wir, dass alle am Ende mitmachen und hier tatsächlich eine Veränderung in der Gesellschaft erzeugt wird.“

#### **7. Vier besonders erfolgreiche Marktkonzepte haben Sie ausgezeichnet: Was können denn andere Supermärkte von den diesjährigen Gewinnern lernen?**

**O-Ton 7 (Olaf Tschimpke, 0:28 Min.):** „Die Gewinnermärkte zeichnen sich durch vier Punkte aus: Regionalität – sie kümmern sich um regionale Produzenten und bringen deren Produkte in die Regale. Saisonalität, also Erdbeeren werden nicht im Winter verkauft, sondern tatsächlich, wenn sie auch in Deutschland angebaut werden. Kundenkommunikation – sie haben eine sehr offene, transparente Kommunikation, mit Aktionen mit den Kunden, ein hohes Bio-Sortiment und zu guter Letzt kümmern sie sich auch um Energieeinsparung.“

**Abmoderationsvorschlag:** Mehr über den NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2013“ und die Preisträger finden Sie im Internet unter [www.NABU.de/gruener-einkaufskorb](http://www.NABU.de/gruener-einkaufskorb).