



Tchibo setzt auf plastikfreie Textilverpackung

Neue Plastikfreiheit bei Tchibo: Das Unternehmen geht einen Schritt weiter in Sachen Nachhaltigkeit und entwickelt neues Verfahren zur ressourcenschonenden Produktverpackung.

Wien, 26. Mai 2020. Tchibo arbeitet seit mehr als einem Jahrzehnt daran, Lieferketten und Produkte nachhaltig und verantwortungsbewusst zu gestalten: Verbraucher sollen hochwertige Produkte kaufen können, die sich durch Qualität ebenso wie durch soziale und ökologische Fairness auszeichnen. Dazu zählt unter anderem auch die Verpackung: Seit Mitte April verzichtet das Unternehmen bei Textilien auf die Kunststoffverpackung und reduziert gleichzeitig auch den Kartonanteil weiter.

Meilenstein zum Ressourcensparen

Für Tchibo ist die neue Plastikfreiheit ein Meilenstein auf dem Weg zu einer 100 % nachhaltigen Geschäftstätigkeit. Bei Verpackungen bedeutet das konkret, dass so wenig Material wie nötig verwendet wird und dieses recyclingfähig gestaltet ist. Bereits Anfang des Jahres hat Tchibo deshalb fast alle Nicht-Textil Produkte, sogenannten Hartwaren, von Plastikverpackungen befreit. Außerdem hat das Unternehmen ein weltweit bisher einmaliges Konzept entwickelt, für das es bereits Patent angemeldet hat: Die neue Textilverpackung besteht aus einer vorgefertigten Pappbänderole, die von unten um die Textilien gefaltet wird, einem Pappleinleger in Bügelform für die Stabilisation und einer Aufhängung, die aktuell noch aus recyceltem Plastik besteht, bis Jahresende jedoch durch eine Altpapier-Lösung ersetzt wird.

Tchibo möchte mit seinem Nachhaltigkeitsengagement und der daraus resultierenden Sortimentsgestaltung inspirieren und verantwortungsvolle Alternativen für einen nachhaltigeren Lebensstil bieten. So zum Beispiel auch in der aktuellen Themenwelt mit gemütlicher Kleidung aus Bio-Baumwolle, Küchenutensilien und FSC®-zertifizierten Möbeln. Baumwolle und Holz sind, neben Kaffee, die wichtigsten Rohstoffe für das Unternehmen.

Verantwortungsvolle Herkunft



Auch hier übernimmt Tchibo Verantwortung für Mensch und Umwelt und achtet auf eine faire Herstellung. Die Beschaffung von Baumwolle aus nachhaltigeren Quellen ist für Tchibo alternativlos und ein wichtiger Teil des Nachhaltigkeits-Engagements. Um langfristig Baumwoll-Ressourcen zu sichern und einen Anbau im Einklang mit Mensch und Natur zu fördern, wird Bio-Baumwolle genutzt. Diese hat gegenüber konventioneller Baumwolle viele Vorteile: Beim ökologischen Anbau von Baumwolle werden keine chemischen Pestizide und Düngemittel, sondern nur natürliche Dünge- und Schädlingsbekämpfungsmittel eingesetzt. Die Belastung durch Schadstoffe für Bauern und Arbeiter wird dadurch erheblich reduziert. Konkret heißt das: 2019 bestanden 89 % der Tchibo Bekleidungs- und Heimtextilien, die aus oder mit Baumwolle gefertigt waren, aus verantwortlich erzeugter Baumwolle (OCS, GOTS, CMIA). Mittelfristig sollen es 100 % werden.

Beim Rohstoff Holz achtet das Unternehmen auf verantwortungsvolle Waldwirtschaft. An zwei wesentlichen Themen wird hier angesetzt, beim Material für das Produkt aber auch bei Verpackung und Printwerbung. Mit einem Blick auf Tchibo Produkte und Materialien sind bereits Gartenmöbel, Papeterie Produkte, Versandkartonagen und Kundenmagazine 100 % FSC-zertifiziert. FSC, Forest Stewardship Council, schafft Transparenz über die gesamte Lieferkette und sorgt für strikten Umweltschutz und die Einhaltung von Arbeitsrechten.

Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement von Tchibo finden Sie unter <http://www.tchibo.at/nachhaltigkeit>.

Weitere Informationen für Journalisten:

Tchibo Österreich
Mag. Manuela Schneider, Tchibo Österreich
Leitung Corporate Communications & Corporate Responsibility
Tel.: +43 (0)1 76622-2103, manuela.schneider@tchibo.at
blog.tchibo.at
www.facebook.com/tchibo.at
www.tchibo.com/at
www.tchibo.at
www.instagram.com/tchibo.at

Über Tchibo:

Tchibo Österreich mit Sitz in Wien beschäftigt rund 1.100 Mitarbeiter. Mit eigenen Filialen, starkem Internetvertrieb und flächendeckender Präsenz im Handel verfügt das Unternehmen über ein Cross-Channel-Vertriebssystem, das neben Kaffee der Marken Tchibo, Eduscho, Cafissimo und Qbo wechselnde Non Food Sortimente sowie Dienstleistungen wie Tchibo mobil anbietet. Mit Tchibo und Eduscho ist das Unternehmen Marktführer am heimischen Röstkaffeemarkt. Tchibo ist zudem drittgrößter Bio-Baumwollanbieter der Welt.