



1 Jahr Mehrwegversandtasche:

Tchibo zieht positive Bilanz und plant nächste Schritte

Hamburg, 4. Juli 2024 - Der Onlinehandel boomt, und mit ihm wächst das Problem des Verpackungsmülls. Laut Umweltbundesamt fielen allein in Deutschland im Jahr 2021 über 19,7 Millionen Tonnen Verpackungsabfälle an. Davon geht ein erheblicher Teil auf den Versandhandel zurück, der durch die Beliebtheit des Online-Shoppings stetig wächst. Angesichts dieser Zahlen ist es wichtiger denn je, innovative Lösungen zu finden, um die Umweltbelastung zu reduzieren.

Eine solche Lösung hat Tchibo im Juni 2023 mit der Einführung der Mehrwegversandtasche ein weiteres Mal getestet. Heute, ein Jahr später, ist die Testphase erfolgreich abgeschlossen.

Erfolgsbilanz in Zahlen

Im Testfokus stand die Mehrfachnutzung und der Aufbereitungsprozess. Wie lange kann die Mehrwegtasche im Kreislauf gehalten werden? Wie gut funktionieren die damit einhergehenden Prozesse? Und wie gestaltet sich der Aufbereitungsprozess?

Das Ergebnis: Tchibo hat 26.000 Mehrwegtaschen angeschafft, in denen über 70.000 Bestellungen verschickt wurden. Durchschnittlich wurde jede Tasche dreimal genutzt, wobei einzelne Taschen bis zu sechs Umläufe absolvierten. Dem aktuellen Zustand nach zu urteilen, könnten sie es auch häufiger schaffen. Nur wenige hundert Taschen mussten aufgrund defekter Reißverschlüsse oder nicht entfernbarer Etiketten aussortiert werden. Alle internen Prozesse konnten gut umgesetzt werden.

Kunden zufrieden mit Mehrweglösung

Die Resonanz der Tchibo Kunden war durchweg positiv. In einer Umfrage mit 2.500 Teilnehmerinnen äußerten sich viele begeistert über die einfache Handhabung und den Umweltaspekt der Mehrwegtasche.

Nächster Schritt: Branchenlösung

Der Test läuft bis Ende Juli, klar ist jetzt schon: Das Konzept hat sich bewährt. Auch in Bezug auf die Reduzierung des CO₂e-Fußabdrucks hat Tchibo durch die Erstellung einer Ökobilanz dazugelernt. Der entscheidende Faktor, um einen wettbewerbsfähigen Break-even-Punkt gegenüber der Einwegversandtasche zu erreichen, ist eine hohe Rücklaufquote der Taschen. Diese beträgt beim aktuellen Pilotversuch knapp 80 Prozent ohne Anreizsystem. Es sind also mindestens vier Umläufe pro Mehrwegtasche notwendig, bis diese im Vergleich zur bestehenden Tchibo Einwegversandtasche den CO₂e-Break-even-Punkt erreicht.

Wie geht es nun weiter? Mit vielen Akteuren, sagt Alexander Ralfs, Director Supply Chain Management & Logistics: „Für eine wirtschaftliche und nachhaltige Skalierung von Mehrwegverpackungen brauchen wir eine Branchenlösung. Also einen Standard, der verpackungsunabhängig von vielen Händlern genutzt werden kann und funktioniert. Wir planen deshalb, gemeinsam mit anderen Versandhändlern und Stakeholdern, an einer solchen Lösung zu arbeiten. Gespräche mit möglichen Partnern laufen bereits.“

Erste Testreihe 2020

Im Sommer 2020 hatte Tchibo die nachhaltige Versandoption im Rahmen des Förderprojektes praxpack vom Umweltministerium für Bildung und Forschung zusammen mit Otto und dem Avocadostore zum ersten Mal getestet. Damals ging es vor allem um die Kundenakzeptanz und die Rücklaufquote. Letztere betrug ausgezeichnete 81 Prozent ohne Anreizsystem. 2022 folgte ein weiterer Testlauf in Österreich, unter anderem mit dm, Thalia, und INTERSPORT. Hier konnte Tchibo bereits erste Erfahrungen zu den Shops als Rückgabeort sammeln. Nun ist die dritte Testreihe abgeschlossen, die die Mehrfachnutzung und Aufbereitungsprozesse im Fokus hatte.

Großer Gewinn für die Umwelt

Reduce, Reuse, Recycling – diesen drei wesentlichen Elementen der Kreislaufwirtschaft folgt auch Tchibo. Seit Jahren optimiert das Unternehmen seine Verpackungslösungen und setzt dabei mit vier Hebeln an: Eingesetztes Material reduzieren und Mehrweglösungen fördern. Materialien aus zertifizierten verantwortungsvollen Quellen verwenden. Die Recyclingfähigkeit verbessern, sowie neue Ansätze aufspüren und entwickeln.



Ansprechpartnerin für Medienschaffende:

Sandra Coy, Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 - 2818

E-Mail: sandra.coy@tchibo.de

www.tchibo.com, www.tchibo.com/blog, www.tchibo.de/podcast; [linkedin.com/in/sandra-coy](https://www.linkedin.com/in/sandra-coy)

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo rund 900 Shops, über 24.200 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Über dieses Multichannel-Vertriebssystem bietet das Unternehmen neben Kaffee und den Einzelportionssystemen Cafissimo und Qbo die wöchentlich wechselnden Non Food Sortimente und Dienstleistungen an. Tchibo erzielte 2022 mit international 11.318 Mitarbeitenden 3,25 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Tschechien und Ungarn und gehört zu den führenden E-Commerce-Firmen in Europa.

Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen mehrfach ausgezeichnet: 2012 mit dem Preis für Unternehmensethik und dem Umweltpreis Logistik sowie 2013 mit den CSR-Preisen der Bundesregierung und der EU. 2016 wurde Tchibo als nachhaltigstes Großunternehmen Deutschlands ausgezeichnet.