



„Nachhaltiger Leben. Jeden Tag.“

**Tchibo startet erste große Nachhaltigkeitskampagne in
Deutschland, Österreich und der Schweiz**

Hamburg, 25.Juni 2019. Unser aller Handeln beeinflusst das Leben der nächsten Generationen massiv. Deshalb hat sich das Familienunternehmen Tchibo bereits vor über 13 Jahren ganz der Nachhaltigkeit verpflichtet. Um seine Haltung zu ökologischer und sozialer Gerechtigkeit darzulegen und erlebbar zu machen, startet das Hamburger Unternehmen ab dem 9. Juli in Deutschland, Österreich und der Schweiz seine erste umfassende Nachhaltigkeitskampagne in den Depots im Einzelhandel, den Filialen und Online-Shops.

Wie kann jeder Einzelne von uns täglich nachhaltiger leben?

Von Flensburg bis Garmisch: In über 600 Filialen und 8.000 Supermärkten wird allein in Deutschland das Motto „Nachhaltiger Leben. Jeden Tag.“ auf unterschiedlich großen Ausstellungsflächen mit bis zu 24 qm großen Häusern aus natürlichen Materialien erleb- und begehbar gemacht.

Kunden erhalten hier Inspiration und erfahren Wissenswertes zu Produkten für eine nachhaltige Gestaltung des Alltags: etwa Frischhaltetücher aus Bienenwachs (als Ersatz für Frischhalte- oder Alufolie), Mehrwegboxen, Putz- und Reinigungsbürsten aus recyceltem Material. Aber auch Kleidung aus recyceltem Meeresmüll oder PET-Flaschen sowie eine große Auswahl von Textilien aus Bio-Baumwolle werden angeboten. Ebenso ein reichhaltiges Sortiment an nachhaltigen Kaffees: Wie der neue BIO Kaffee aus Äthiopien, der zu 100 % aus ökologischem Anbau stammt und Rainforest-Alliance zertifiziert ist.



Tchibo hat in den vergangenen 13 Jahren intensiv daran gearbeitet, Produkte und Lieferketten verantwortlicher zu gestalten. 86 % der von Tchibo eingekauften Baumwolle stammen aus nachhaltigeren Quellen. 51 verschiedene Kaffeesorten kommen aus nachhaltigem Anbau.

Nanda Bergstein, Direktorin Unternehmensverantwortung: „Für Tchibo ist Nachhaltigkeit Teil der DNA und angesichts globaler Veränderungen alternativlos. Seit über 13 Jahren arbeiten wir immer tiefer an unseren Produkten und in unseren Lieferketten, um unserer Verantwortung gegenüber Mensch und der Umwelt gerecht zu werden. Wir sind stolz auf das Erreichte und wissen gleichzeitig, dass wir noch viel zu verändern haben. Und daran arbeiten wir. Jeden Tag.“

Michael Kiefer, Leiter operativer Verkauf Lebensmittelhandel Deutschland: „Begeistert hat uns das große Interesse und die Offenheit für das Thema Nachhaltigkeit bei unseren Handelspartnern. Gemeinsam mit unseren Partnern wollen wir mit dieser Aktion Nachhaltigkeit im deutschen Lebensmitteleinzelhandel noch stärker etablieren. Kunden werden inspiriert, täglich nachhaltiger zu leben. Mit Tchibo ist Nachhaltigkeit einfach umzusetzen und nicht abhängig vom Geldbeutel.“

Dennoch sieht Tchibo viele Herausforderungen:

KAFFEE

Kaffee ist einer der wertvollsten Rohstoffe der Welt. Doch durch den Klimawandel, die höheren Kosten für Dünger und die sinkenden Kaffeepreise können Farmer immer schlechter vom Kaffeeanbau leben. Deshalb investiert Tchibo in Qualifizierungsprogramme und starke Partner wie Rainforest Alliance und Fairtrade. Mit den Partnern setzt sich Tchibo dafür ein, dass Kaffeefarmer höhere Einkommen erwirtschaften, der

Kaffeeanbau umweltfreundlicher gestaltet wird und sich die Arbeitsbedingungen der Pflücker nachhaltig verbessern.



35.000 Kaffee Farmer

haben wir bereits mithilfe unserer Qualifizierungsprogramme unterstützt.

BAUMWOLLE

Aufgrund des ressourcenintensiven Anbaus und klimatischer Veränderungen ist der zukünftige Anbau der Baumwolle gefährdet. Um einen faireren und umweltverträglicheren Anbau zu fördern, nutzt Tchibo für seine Textilien Baumwolle aus nachhaltigerem Anbau, wie etwa Bio-Baumwolle. Beim ökologischen Anbau von Baumwolle werden keine chemischen Pestizide und Düngemittel, sondern nur natürliche Dünge- und Schädlingsbekämpfungsmittel eingesetzt.



Drittgrößter

Anbieter von Bio-Baumwolle weltweit.

Quelle: textileexchange.org



86%

der für Tchibo eingekauften Baumwolle stammten 2018 aus nachhaltigem Anbau.

HERSTELLUNGSBEDINGUNGEN

Wer so vielfältige Produkte anbietet wie Tchibo, muss darauf achten, wo, wie und vor allem von wem sie hergestellt werden. Dafür auditiert das Unternehmen nicht nur seine Lieferanten und Produzenten, sondern reduziert auch den Chemikalieneinsatz über sein DETOX Programm. Das Herzstück aber ist das Lieferanten-Trainingsprogramm WE. WE steht für „Worldwide Enhancement of Social Quality“ und dient der dauerhaften Verbesserung der Arbeitsbedingungen vor Ort. Dabei möchte Tchibo es vor allem den Beschäftigten und Managern ermöglichen, gemeinsam und eigenständig Veränderungen voranbringen zu können.



364.000

Beschäftigte erreichte das WE Programm bisher.

RESSOURCEN

Aktuell verbraucht die Menschheit 1,7 Mal mehr Ressourcen als tatsächlich nachwachsen. Die Wiederverwendung und Schonung von Wertstoffen sind deswegen essentiell für die Lebensqualität der nachkommenden



Generationen. Deshalb bietet Tchibo immer mehr Produkte mit nachhaltigen oder recycelten Materialien an. Gleichzeitig werden die Recyclbarkeit und Langlebigkeit der Produkte erhöht. Ein wichtiger Meilenstein für mehr Kreislaufwirtschaft ist das 2018 eingeführte neue Geschäftsmodell Tchibo Share, bei dem Kunden nachhaltig produzierte Baby- und Kinderkleidung aus Bio-Baumwolle mieten können. Die Resonanz ist so positiv, dass das Sortiment kontinuierlich erweitert wird. Auf diese Weise können nicht nur Wasser, Energie und andere Ressourcen gespart, sondern auch das hohe Abfallaufkommen reduziert werden.



Über 3,5 Millionen
PET-Flaschen haben wir für unsere
Textilprodukte in 2018 recycelt.

Weitere Informationen für Journalisten:

Sandra Coy, Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 - 2818, Fax: +49 40 63 87 - 5 2818

E-Mail: sandra.coy@tchibo.de

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo mehr als 1.000 Filialen, über 21.200 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, wie Reisen oder Mobilfunk, an. Tchibo erzielte 2017 mit international rund 12.100 Mitarbeitern 3,2 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.