

LEITLINIE FÜR
UMWELTFREUNDLICHERE

Verpackungen



Unser Ziel ist es,
bis Ende 2030 zu 100 %
umweltfreundlichere
Eigenmarkenverpackungen
einzusetzen.



INHALT

I. VERSTÄNDNIS UND GELTUNGSBEREICH ..	4
II. PROBLEMSTELLUNG UND HERAUSFORDERUNGEN	7
III. MANAGEMENTANSATZ DER REWE GROUP ..	10
IV. ANSATZ FÜR UMWELTFREUNDLICHERE VERPACKUNGEN ..	13
V. ANFORDERUNGEN UND MASSNAHMEN ..	15
VI. ZIELE ..	21
VII. BERICHTERSTATTUNG UND KOMMUNIKATION ..	22
Quellenverzeichnis ..	23

I. VERSTÄNDNIS UND GELTUNGSBEREICH

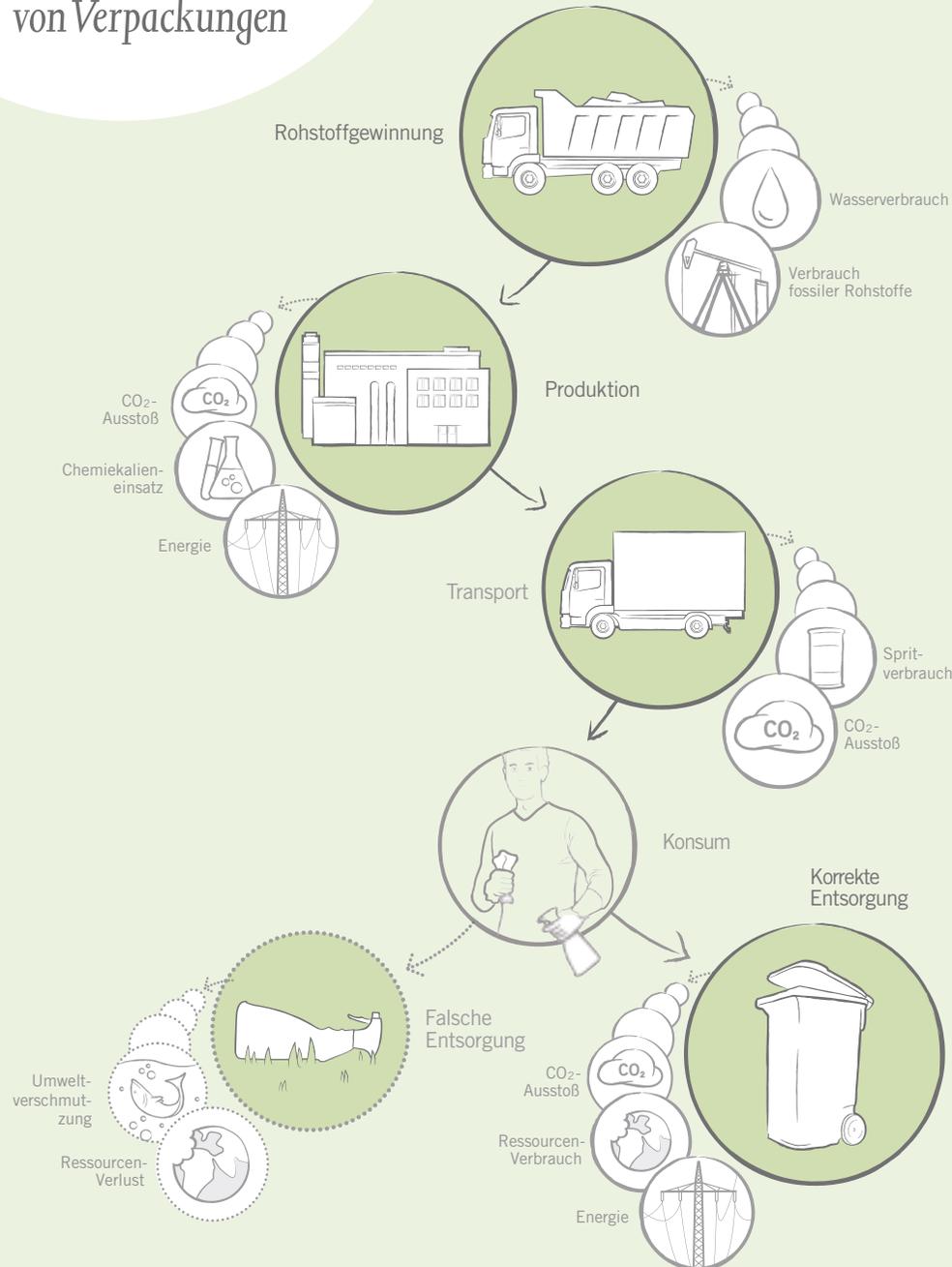
Als international führendes Handels- und Touristikunternehmen weiß die REWE Group um ihre besondere Rolle als Mittler zwischen Herstellern, Dienstleistern und Konsumenten. Die Herstellung der Eigenmarkenprodukte der REWE Group hat Auswirkungen auf Mensch (sozial), Tier und Natur (ökologisch). Die Kunden der REWE Group setzen voraus und sollen darauf vertrauen können, dass sich die REWE Group als Handelsunternehmen der Verantwortung in den Lieferketten ihrer Eigenmarken bewusst ist und sich der Auswirkungen annimmt. In ihrer „Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften“ bekennt sich die REWE Group zu ihrer Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft. Die darin beschriebene Wertebasis ist Grundlage des verantwortlichen Handelns des Unternehmens (REWE Group 2011).

Innerhalb der Verantwortung für die Eigenmarken der REWE Group spielen Verpackungen eine wesentliche Rolle. Die REWE Group verfolgt das Ziel, Verpackungen umweltfreundlicher zu gestalten. Im Vordergrund der Maßnahmen steht das Bestreben, weniger Verpackungsmaterial zu verwenden und so Ressourcen zu schonen. Darüber hinaus sollen Verpackungen



kontinuierlich optimiert werden, um negative Umwelteffekte zu reduzieren. Dafür verfolgt die REWE Group einen strategischen Ansatz, durch den Verpackungen systematisch überprüft und, wo möglich, reduziert oder verbessert werden. So soll Nachhaltigkeit weiter in die Einkaufsprozesse der REWE Group integriert werden. Dazu zählt auch, die Umweltfreundlichkeit von Verpackungen bei allen Einkaufsentscheidungen zu berücksichtigen. Dabei dürfen die Verpackungsfunktionen jedoch grundsätzlich nicht beeinträchtigt werden – das sind beispielsweise der Schutz der Ware, die Transportmöglichkeit und die Information der Verbraucher.

Der Geltungsbereich dieser Leitlinie adressiert die Umweltfreundlichkeit von Verkaufs- und Serviceverpackungen der Eigenmarken der REWE Group, die in Deutschland bei REWE, PENNY und toom Baumarkt vertrieben werden. Die vorliegende Leitlinie definiert einen verbindlichen Handlungsrahmen für die REWE Group und die Geschäftsbeziehungen mit ihren Vertragspartnern. Festgelegte Anforderungen und Ziele werden konsequent überprüft, bei Bedarf werden neue Maßnahmen sowie Ziele vereinbart. Darüber hinaus wird die Leitlinie auf Basis zukünftiger Trends und Entwicklungen aktualisiert.



II. PROBLEMSTELLUNG UND HERAUSFORDERUNGEN

Verpackungen gehören zu unserem alltäglichen Leben. Jedoch entsteht entlang der Wertschöpfungskette von Verpackungen eine Vielzahl negativer ökologischer Effekte.

Bei der Verpackungsherstellung werden beispielsweise natürliche Ressourcen eingesetzt, Energie verbraucht und Emissionen ausgestoßen. Wird der Verpackungsmüll falsch entsorgt und nicht dem Recycling zugeführt, so landet dieser in einer Verbrennungsanlage, bei nicht sachgerechter Entsorgung aber in der Natur.

Die Herstellung von Verpackungen

Der Ressourcenverbrauch bei der Herstellung von Verpackungen und die daraus entstehenden Folgen für die Umwelt sind immens – insbesondere, wenn man die meist sehr kurze Nutzungsdauer berücksichtigt. Zur Herstellung von Kunststoff wird meist Erdöl verwendet und für die Produktion von Weißblech müssen Eisenerze abgebaut werden. Das für die Aluminiumproduktion verwendete Erz Bauxit lagert größtenteils in Regenwäldern, weshalb der Abbau häufig eine Rodung der Wälder erfordert. Zudem fällt durch das chemische Verfahren giftiger Schlamm an. Für die Produktion von Papier und Karton wird Holz benötigt – auch hierfür werden Bäume gefällt. Der Anbau und Abbau von Rohstoffen zerstört den Lebensraum vieler Tier- und Pflanzenarten und hat erhebliche Auswirkungen auf die Artenvielfalt. Insgesamt steigt in Deutschland der Verpackungsanfall kontinuierlich an. Dies betrifft insbesondere die Materialien Kunststoff, Papier- und Aluminium. Gründe dafür sind u.a. kleinere Haushalte und Änderungen des Verbraucherverhaltens: Es werden beispielsweise häufiger Kleinverpackungen zur optimalen Portionierung eingesetzt und der Außer-Haus- und Sofortverzehr steigt (Umweltbundesamt 2018a).

Abbildung 1: Beispielhafte Auswirkungen in der Wertschöpfungskette von Verpackungen (angelehnt an PwC 2018, S. 15)

In **Deutschland**
werden ca. **50%**
der **Kunststoff-**
verpackungen
recycelt, dadurch werden
wertvolle Rohstoffe
weiterverarbeitet



Die Entsorgung von Verpackungen

Ein Großteil der Verpackungen wird direkt nach dem Gebrauch weggeworfen – dies erzeugt eine Menge Abfall: Jedes Jahr fallen in Deutschland über 18 Millionen Tonnen Verpackungsmüll an (Umweltbundesamt 2018a). Werden Verpackungen entsorgt, so ist ein funktionierendes und hochwertiges Recycling von hoher Bedeutung. Denn nur so können die Abfallstoffe wiederverwertet werden. Für viele Verpackungsmaterialien bestehen in Deutschland heute schon Verwertungswege. Jedoch gehen wertvolle Rohstoffe zu häufig auch in Deutschland verloren, weil sie nicht im Kreislauf geführt werden. Im Jahr 2015 wurde beispielsweise nur knapp die Hälfte der Kunststoffverpackungen in Deutschland recycelt (Umweltbundesamt 2018b). Ist ein hochwertiges (stoffliches) Recycling nicht möglich, so wird das Material in der Regel zumindest thermisch verwertet – das heißt, durch Verbrennung wird Energie gewonnen.

Herausforderungen bei der Lösungsfindung

Eine große Hürde für die Verpackungsgestaltung ist die Komplexität: Bei der Herstellung von Verpackungen muss eine Vielzahl an Anforderungen, Eigenschaften und Funktionen beachtet werden:



Abbildung 2: Die Funktionen einer Verpackung

Um die Funktionen zu erfüllen, kommen unterschiedliche Einweg- oder Mehrwegsysteme und verschiedene Materialien zum Einsatz. Von Kunststoffen über Papier bis hin zu Metall, Glas oder Verbundstoffen – es gibt verschiedene Materialien, aus denen eine Verpackung hergestellt werden kann. Diese haben unterschiedliche Eigenschaften, erfüllen unterschiedliche Funktionen und haben ebenso unterschiedliche Auswirkungen auf die Umwelt und das Recycling.

Darüber hinaus entstehen häufig Zielkonflikte aus den Funktionen und Merkmalen, die eine Verpackung im Idealfall erfüllen sollte: Eine optimal recyclingfähige Verpackung beispielsweise kann gegebenenfalls den Schutz des Produktes nicht mehr vollständig gewährleisten. Lässt man die Verpackung weg, um Ressourcen zu sparen, so können Lebensmittel möglicherweise schneller verderben und aufgrund der fehlenden Schutzfunktion Lebensmittelabfälle (Food Waste) entstehen. Demnach muss im Einzelfall abgewogen werden, wie die optimale Verpackung für das Produkt aussieht – unter Berücksichtigung aller Funktionen.

III. MANAGEMENTANSATZ DER REWE GROUP

Mit einem klaren strategischen Bekenntnis und entsprechenden Maßnahmen will die REWE Group aktiv zur Verringerung und Auflösung ökologischer Auswirkungen von Verpackungen beitragen.

Nachhaltigkeit ist bei der REWE Group fest in der Unternehmensstrategie verankert. Für die REWE Group bedeutet dies: Sie fördert nachhaltigere Sortimente und achtet auf einen fairen Umgang mit Partnern und Lieferanten, sie handelt umwelt- und klimabewusst, übernimmt Verantwortung für ihre Mitarbeiter und setzt sich für eine zukunftsfähige Gesellschaft ein.

Innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group bündelt die Säule „Grüne Produkte“ alle Aktivitäten, die auf die nachhaltigere Gestaltung der Einkaufs- und Produktionsprozesse und damit den Ausbau nachhaltigerer Sortimente abzielen. Die Kunden der REWE Group setzen voraus und sollen darauf vertrauen können, dass sich die REWE Group als Handelsunternehmen der Verantwortung in den Lieferketten ihrer Eigenmarken bewusst ist und sich den Auswirkungen annimmt. Im Rahmen aller Aktivitäten in der Säule „Grüne Produkte“ möchte die REWE Group diese Erwartungen erfüllen und hat eine Strategie entwickelt, mit der die Auswirkungen identifiziert, bewertet und effektive Gegenmaßnahmen ergriffen werden.

Die Strategie wird durch einen umfangreichen Managementansatz umgesetzt, in dem auch die Prinzipien und Instrumente zur Umsetzung der Maßnahmen definiert werden.

Alle Ebenen des Managementansatzes orientieren sich inhaltlich an den drei definierten Handlungsfeldern:

- Ressourcenschonung,
- Fairness und
- Tierwohl.

Diese Handlungsfelder werden auf drei Ebenen bearbeitet, die den Managementansatz bilden:

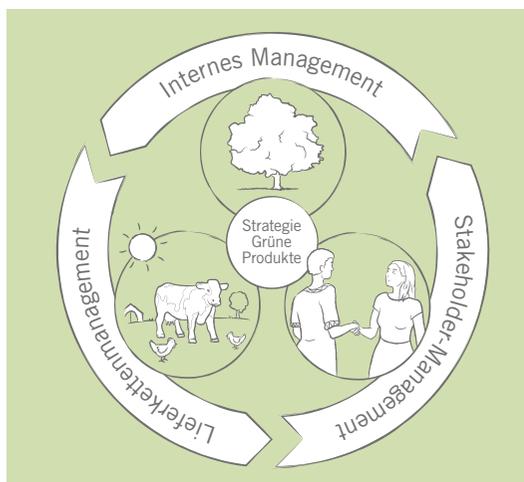


Abbildung 3: Managementansatz und Handlungsfelder der Säule „Grüne Produkte“

EBENE 1

Internes Management

Ziel ist es, nachhaltige Beschaffung weiter in die Einkaufsprozesse der REWE Group zu integrieren, um Nachhaltigkeitsaspekte bei jeder Einkaufsentscheidung zu berücksichtigen. Dabei legt das Unternehmen durch strategische und organisatorische Projekte die Basis für konkrete Aktivitäten. Die REWE Group trägt beispielsweise durch die Bereitstellung von Risikoanalysen und Briefings, die Abstimmung von verbindlichen Zielen mit den Einkaufsbereichen sowie Schulungen zu Nachhaltigkeitsthemen zur internen Sensibilisierung bei. Interne Reportings ermöglichen eine kontinuierliche Weiterentwicklung innerhalb der einzelnen Nachhaltigkeitsthemen. Die externe Kommunikation schafft Transparenz gegenüber Stakeholdern.

EBENE 2

Lieferkettenmanagement

Risiken in der Lieferkette werden den Handlungsfeldern Ressourcenschonung, Fairness und Tierwohl zugeordnet. Die Nachhaltigkeitsrisiken, die bezüglich dieser Handlungsfelder in der Lieferkette auftreten, geht die REWE Group durch systematisches Lieferkettenmanagement gezielt an, welches von enger Zusammenarbeit mit Lieferanten sowie dem Engagement auf Ebene der Produktionsstätten und der Rohstoffherzeugung geprägt ist. Durch das Lieferkettenmanagement erhöht die REWE Group zunächst, wo noch nicht vorhanden, die Transparenz entlang der Lieferkette für die Eigenmarkenprodukte. So können Risiken identifiziert und dann besser vermieden bzw. direkt adressiert werden. Darüber hinaus wird die Integration von Nachhaltigkeit als Teil der Lieferantenbewertung gefördert und durch Sensibilisierung und Verpflichtungen der Vertragspartner werden konkrete Regeln geschaffen, um Nachhaltigkeit über die gesamte Lieferkette umzusetzen. Soweit dies in den Anforderungen vermerkt ist, sind diese Regeln auch fester Bestandteil der Lieferantenverträge und werden von der Nachhaltigkeitsabteilung der REWE Group im Einkaufsprozess überprüft.

Grundsätzlich setzt die REWE Group aber auf individuelle Maßnahmen und Nachhaltigkeitsprojekte zur Lieferantenentwicklung. Beispielsweise zielen Trainingsprogramme darauf ab, Auswirkungen entlang der Lieferkette gezielt zu reduzieren. Bei Auditierungen, und vornehmlich auch bei Trainings, wird auf bestehende Systeme gesetzt, um die eigenen Kräfte mit weiteren Partnern zu bündeln und gemeinsam Verbesserungen zu bewirken.

EBENE 3

Stakeholder-Management

Die Herausforderungen zur Bearbeitung von Nachhaltigkeitsrisiken in der Produktion der Eigenmarkenprodukte liegen oft in den globalen Handelsstrukturen und sind beeinflusst durch politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen. Ein wichtiger Ansatzpunkt zur Identifikation der relevanten Themen und zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie ist daher ein gutes Stakeholder-Management. Dazu steht die REWE Group mit Stakeholdern wie dem Fachbeirat Nachhaltigkeit in kontinuierlichem Austausch. Zudem lädt die REWE Group regelmäßig zu Dialogveranstaltungen ein. Wichtige Elemente sind auch die Teilnahme an externen Veranstaltungen, Multi-Stakeholder-Foren, Brancheninitiativen, Partnerschaften, das Engagement für die Weiterentwicklung von Nachhaltigkeitsstandards sowie die Verfolgung von relevanten Entwicklungen auf politischer, regulativer und wissenschaftlicher Ebene.

Mit Blick auf das Thema Verpackungen gilt es, in den Dialog mit allen Partnern der Lieferkette zu treten – dabei spielen insbesondere die Optimierung von Verpackungen, die Reduzierung von Kunststoffen und die Förderung der Kreislaufwirtschaft eine besondere Rolle. Die REWE Group fördert dazu den stetigen Austausch mit Wissenschaft und Forschung, Rohmaterialproduzenten, Verpackungsherstellern, Lieferanten und Entsorgern. So werden beispielsweise Workshops in Zusammenarbeit mit allen relevanten Partnern durchgeführt. Zudem fördert die

REWE Group den Dialog über Initiativen wie „Wirtschaft macht Klimaschutz“, bei der Themen wie die Kreislaufwirtschaft branchenübergreifend diskutiert werden. In der Zusammenarbeit mit Forschungsinstituten und Universitäten werden wissenschaftliche Fragestellungen zu umweltfreundlicheren Verpackungen bearbeitet, zum Wissensaufbau innerhalb der Organisation beigetragen sowie Forschungsprojekte gefördert.

Die REWE Group fördert nachhaltigere Sortimente und achtet auf einen fairen Umgang mit Partnern und Lieferanten. Sie handelt umwelt- und klimabewusst, übernimmt Verantwortung für ihre Mitarbeiter und setzt sich für eine zukunftsfähige Gesellschaft ein.

IV. ANSATZ FÜR UMWELTFREUNDLICHERE VERPACKUNGEN

Da die REWE Group mit ihrem Ansatz für umweltfreundlichere Verpackungen den Fokus auf die ökologischen Auswirkungen legt, ist dieser innerhalb der Strategie „Grüne Produkte“ dem Handlungsfeld Ressourcenschonung zugeordnet.

Für die REWE Group ist die Kreislaufwirtschaft ein bedeutender Lösungsansatz, um Ressourcen zu schonen und Rohstoffe wiederzuverwerten. Da Verpackungen einen erheblichen Ressourcenverbrauch verursachen, setzt der Handelskonzern hier an und hat einen umfassenden Ansatz für umweltfreundlichere Verpackungen entwickelt. Dabei arbeitete die REWE Group eng mit wichtigen Stakeholdern zusammen – von den Einkaufsbereichen über ausgewählte NGOs bis hin zu Experten der Verpackungsgestaltung. Als Basis für die Entwicklung des Ansatzes wurde eine Datenanalyse zur Identifizierung wesentlicher Auswirkungen und Stellschrauben durchgeführt. Anschließend wurde der Ansatz durch Ziele und Maßnahmen konkretisiert.

Die REWE Group verfolgt das Ziel, bis Ende 2030 zu 100 Prozent umweltfreundlichere Eigenmarkenverpackungen einzusetzen. „Umweltfreundlichere Verpackungen“ sind definiert als solche, die einen positiven Effekt auf die Umwelt haben, indem die Verpackung vermieden, verringert oder verbessert wurde.

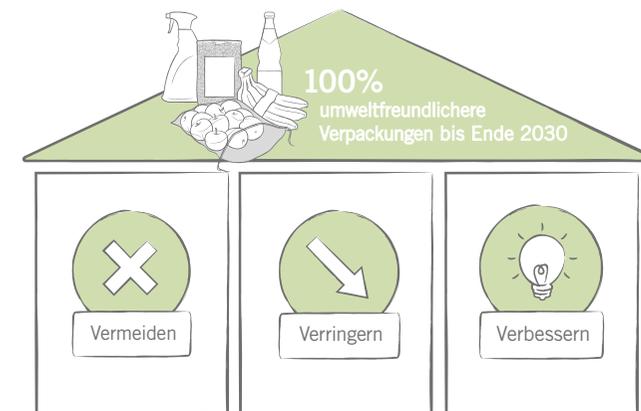


Abbildung 4: Die Prinzipien des Ansatzes für umweltfreundlichere Verpackungen der REWE Group

Bei der Umsetzung dieses Ansatzes unterscheidet die REWE Group zwischen Mehrweg- und Einwegverpackungen:

- **Mehrwegverpackungen** dienen der Verpackungsvermeidung und gelten als „umweltfreundlicher“.
- **Einwegverpackungen** gelten als „umweltfreundlicher“, wenn sie einen umweltfreundlicheren Mehrwert nach den definierten Kriterien besitzen:
 - *Reduzierte Materialmasse*
 - *Möglichkeit des Recyclings*
 - *Einsatz von Sekundärrohstoffen*
 - *Einsatz von alternativen Materialien*
 - *Einsatz zertifizierter Rohstoffe*

Jede Optimierung einer Verpackung oder eines Verpackungsbestandteils hat einen positiven Umwelteffekt – und trägt somit dazu bei, das Ziel „100 Prozent umweltfreundlichere Verpackungen“ zu erreichen. Verpackungen sollten stets so umfassend wie

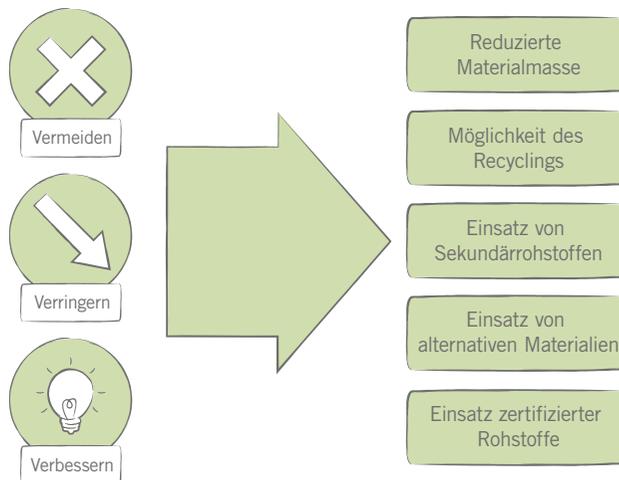


Abbildung 5: Die fünf Kriterien für umweltfreundlichere Verpackungen

möglich optimiert bzw. reduziert werden. Eine kontinuierliche Optimierung von Verpackungen steht dabei im Vordergrund. Auf Basis des aktuellen Forschungsstandes und aktueller Entwicklungen werden Verpackungen stetig überprüft.

Implementierung des Ansatzes

Mithilfe einer detaillierten Analyse aller Verpackungsdaten identifizierte die REWE Group im Jahr 2018 sowohl wichtige Lieferanten als auch wesentliche Verpackungsfraktionen. Darauf aufbauend hat das Unternehmen in allen Warenbereichen Optimierungsprojekte und Lieferantengespräche angestoßen, die darauf abzielen, Verpackungsmaterialien zu vermeiden, zu verringern und mit Blick auf die Umweltfreundlichkeit zu verbessern. Die Integration von Nachhaltigkeit in die Einkaufsprozesse erfolgt systematisch. Je nach Komplexitätsgrad und Charakteristika der Verpackung hat die REWE Group drei Vorgehensweisen definiert: Der Handelskonzern verankert die Berücksichtigung von definierten **Anforderungen** an umweltfreundliche Verpackungen in ihren Einkaufsprozessen. Diese Anforderungen werden in dieser Leitlinie (vgl. Kapitel 5) dargestellt. Für die Bewertung von Verpackungen und Verpackungsalternativen hat die REWE Group Instrumente entwickelt, die auf Grundlage der Anforderungen eine Einordnung der Umweltfreundlichkeit von Verpackungen erlauben. Ergänzend dazu stellen **Lieferantengespräche** die Basis für eine Kooperation mit Blick auf Potenziale zur Verbesserung der Umweltfreundlichkeit von Verpackungen dar. Darüber hinaus führen **Innovationsprojekte** zur Entwicklung neuer Verpackungskonzepte – so zum Beispiel die Zusammenarbeit mit Partnern aus der Lieferkette, um den Einsatz alternativer Rohstoffe zu ermöglichen oder mittels innovativer Technologien Verpackungen zu vermeiden.

V. ANFORDERUNGEN UND MASSNAHMEN

In der „Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften“ sind die grundlegenden Werte festgeschrieben, die für alle Geschäftsbeziehungen mit den Vertragspartnern der REWE Group gelten. Dazu zählen die Achtung der Menschenrechte und die Einhaltung von Arbeits- und Sozialstandards ebenso wie Umweltschutz und Tierwohl. Der Ansatz für umweltfreundlichere Verpackungen konkretisiert die Anforderungen und Maßnahmen der REWE Group hinsichtlich des Umweltschutzes.

Um den Ansatz zu Verpackungen umzusetzen, werden je Produktgruppe konkrete Anforderungen definiert, welche sich an den folgenden Dos und Don'ts orientieren. Darin wird beschrieben welche Faktoren grundlegend positive („Dos“) und negative („Don'ts“) Effekte auf die Umweltfreundlichkeit einer Verpackung haben. Dabei gilt stets der Anspruch, dass alle Verpackungsfunktionen (vgl. Kapitel 2) berücksichtigt werden müssen.

Dos



Folgende Maßnahmen wirken sich grundsätzlich **positiv** auf die Umweltfreundlichkeit einer Verpackung aus und sind daher bei der Gestaltung von Verpackungen zu **berücksichtigen** („Dos“):

Mehrwegsysteme statt Einwegverpackungen

- Umstellung von Einweg- auf Mehrwegsysteme
 - *Bevorzugung von regionalen Kreisläufen im Umkreis von unter 100 Kilometern*

Bei Einwegverpackungen:

- **Vermeidung** von Verpackungen oder Verpackungsbestandteilen
- **Verringerung** des Verpackungsmaterials:
 - *Reduktion von Dicke und Größe der Verpackung*
 - *Eliminierung der Leerräume*
 - *Einsatz von Aufklebern oder einer Direktbeschriftung statt Banderolen oder Etiketten; Vermeidung von Umhüllungen wie Flowpacks oder Folien (z. B. bei Textilien oder Obst und Gemüse)*
- **Verbesserung** des Verpackungsmaterials:
 - *Einsatz von Monomaterial (z. B. Einsatz von Kunststoffen aus einer Kunststoffart wie reines PET)*
 - *Einsatz von Aufklebern und Etiketten aus demselben Material wie dem Hauptmaterial*
 - *Einsatz von vollständig und einfach zu leerenden Verpackungen*
 - *Vermeidung von fest verklebten Verpackungsbestandteilen*
 - *Vermeidung oder Reduktion von Beschichtungen oder Bedruckungen*

Don'ts



Folgende Maßnahmen wirken sich grundsätzlich **negativ** auf die Umweltfreundlichkeit einer Verpackung aus. Diese gilt es folglich bei der Gestaltung von Verpackungen zu **vermeiden** („Don'ts“):

Bei Einwegverpackungen:

- **Erhöhung des Gewichts einer Verpackung**, sofern
 - *es sich bei der Substitution des Materials nicht um ein umweltfreundlicheres Material handelt*
 - *nicht von Einweg auf Mehrweg umgestellt wird*
- Einsatz von **Verbunden** oder **Verbundstoffen**:
 - *Mischung aus Papier und Kunststoff oder Aluminium und Kunststoff (z. B. Blisterverpackungen)*
 - *Verpackungen mit Beschichtungen, die mehr als fünf Prozent des Hauptmaterials ausmachen*
 - *Verpackungen aus unterschiedlichen Materialien, die fest verklebt sind und nicht von Hand getrennt werden können*
- Einsatz **großer Etiketten** oder großflächiger Etikettierungen (über 50 Prozent der Oberfläche oder „Fullsleeve“-Etikettierung) aus einem anderen Material als dem Hauptmaterial
- Einsatz **großflächiger Bedruckungen und Lackierungen**
- Einsatz von **Beschichtungen**
- Einsatz von **Umverpackungen oder zusätzlichen Banderolen**

Weitere materialspezifische Dos



Ergänzend zu den beschriebenen übergreifenden „Dos“ werden nachfolgend Hinweise zu spezifischen Materialien aufgeführt, die sich grundsätzlich **positiv** auf die Umweltfreundlichkeit von Verpackungen auswirken. Diese sind bei der Gestaltung von Verpackungen **zu berücksichtigen**. Es handelt sich dabei lediglich um Beispiele.

Material	Kriterium	Do
Papier, Pappe Karton (PPK)	Materialmasse	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von Wellpappe statt Vollpappe
	Sekundärrohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von Altpapier statt Frischfaser
	Recycling	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von Flüssigkeitskartons (Getränkeverbunden) mit Standardaufbau
	Alternative Materialien	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von Graspapier statt Frischfaser ● Einsatz von Rohstoffen aus Agrarabfällen statt regulärem Papier
	Zertifizierte Rohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> ● Nutzung von zertifiziertem Papier nach FSC-Recycled, PEFC-Recycled, FSC 100%, FSC-Mix oder PEFC
Kunststoffe	Materialmasse	<ul style="list-style-type: none"> ● Verkleinerung der Kunststoffverpackung: Reduktion der Höhe von Standbeuteln sowie der Größe von Polybeuteln bzw. Flowpacks ● Reduktion der My-Stärke (μ) von Folien ● Einsatz von Netzen statt Flowpacks oder Schalen (bei Obst und Gemüse)
	Recycling	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von transparenten PET-Pfandflaschen ● Einsatz von Monokunststoffen (PP, PE, PS, PET) ● Einsatz von transparentem oder hell gefärbtem Kunststoff
	Sekundärrohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> ● Nutzung von recyceltem Kunststoff (Recyclat) statt Primärmaterial (z. B. rPET statt PET)
Glas	Materialmasse	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von Leichtglas statt regulärem Glas
	Recycling	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von Glas in den Standardfarben weiß, grün und braun
	Sekundärrohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von recyceltem Glas

Material	Kriterium	Do
Aluminium	Sekundärrohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von recyceltem Aluminium
Eisenmetalle (Weißblech)	Sekundärrohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von recyceltem Metall (Weißblech)
Verbunde	Sekundärrohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von recycelten Materialien (z. B. Aluminium, Papier oder Kunststoff)
	Zertifizierte Rohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> ● Papierverbunde: Nutzung von zertifiziertem Papier nach FSC-Recycled, PEFC-Recycled, FSC 100%, FSC-Mix oder PEFC

Weitere materialspezifische „Don'ts“



Ergänzend zu den beschriebenen übergreifenden „Don'ts“ werden nachfolgend Hinweise zu spezifischen Materialien aufgeführt, die sich grundsätzlich **negativ** auf die Umweltfreundlichkeit von Verpackungen auswirken. Diese gilt es folglich bei der Gestaltung von Verpackungen **zu vermeiden**. Es handelt sich dabei lediglich um Beispiele.

Material	Kriterium	Don't
Kunststoffe	Recycling	<ul style="list-style-type: none"> ● Einsatz von Mischkunststoffen (Verbindung unterschiedlicher Kunststoffe) ● Beschichtungen oder Bedampfung aus Aluminium ● Einsatz von mit Ruß eingefärbten Kunststoffen ● Direktdruck für PET Flaschen ● Verwendung von geschäumten PET- und PS-Kunststoffen inkl. EPS
		Verbunde

Einsatz von Biokunststoffen

Die REWE Group hat sich unter Einbeziehung verschiedener Stakeholder intensiv mit der Einsatzmöglichkeit von Biokunststoffen als alternatives Verpackungsmaterial beschäftigt. Der Einsatz bietet heute noch keine eindeutigen Umweltvorteile und wird von der Politik sowie von Nichtregierungsorganisationen kontrovers diskutiert. Beispielsweise wird das Recycling konventioneller Kunststoffe zum Teil durch Biokunststoffe gestört. Außerdem weisen Ökobilanzen heute keine eindeutigen Vorteile auf und es kann zu Konkurrenz bei der Landnutzung kommen: Anbauflächen, die vermehrt für die Herstellung von Biokunststoffen verwendet werden, gehen möglicherweise für die Nahrungsmittelproduktion verloren. Darüber hinaus existiert keine eindeutige Definition von Biokunststoffen. Die REWE Group forciert daher momentan keine Umstellung auf Biokunststoff-Verpackungen.

Unter bestimmten Voraussetzungen kann dennoch ein Einsatz von Biokunststoffen als nachwachsende Alternative zu konventionellen Kunststoffen zu befürworten sein. Biokunststoffe bieten aus Sicht der REWE Group insbesondere dann Vorteile, wenn

- die Ökobilanzen gegenüber herkömmlichen Kunststoffen vorteilhaft sind,
- die Möglichkeit einer realen Hauskompostierung oder des Recyclings besteht und
- bei der Produktion keine Konkurrenz zum Nahrungsmittelanbau vorliegt.

Auch sollte auf den Einsatz von genmanipulierten Pflanzen verzichtet werden. Der Nachweis von Zertifikaten (beispielsweise ISCC, RSB, FSC oder PEFC) wird von der REWE Group befürwortet. Sollte sich durch den Einsatz von Biokunststoffen eine längere Haltbarkeit von Lebensmitteln ergeben, wird der Einsatz positiv bewertet. Die REWE Group beteiligt sich an dem Diskurs und treibt gemeinsam mit Wissenschaft und Experten stetig die weitere Entwicklung voran, um künftige Potenziale zu identifizieren.

VI. ZIELE

Für die Umsetzung des Ansatzes für umweltfreundlichere Verpackungen setzt sich die REWE Group ambitionierte Ziele. Diese geben dem Engagement des Unternehmens eine eindeutige Ausrichtung und unterliegen einer kontinuierlichen Fortschrittsprüfung. Das zentrale Ziel des Ansatzes für umweltfreundlichere Verpackungen lautet:

100 Prozent umweltfreundlichere Eigenmarkenverpackungen für REWE, PENNY und toom Baumarkt bis Ende 2030¹.

Im Jahr 2030 soll jede Verpackung der Eigenmarkenprodukte von REWE, PENNY und toom Baumarkt einen umweltfreundlicheren Mehrwert (für die Definition vgl. Kapitel 4) bieten. So reduziert die REWE Group die ökologischen Auswirkungen von Verpackungen und fördert eine kreislaufgeführte Wirtschaft.

Das zentrale Ziel folgt klaren Grundsätzen:

- ➔ Förderung von Mehrweg-Alternativen
- ➔ Reduzierung von Plastikverpackungen
- ➔ Verwendung von recyclingfähigem Kunststoff
- ➔ Förderung von alternativen Rohstoffen und Sekundärrohstoffen
- ➔ 100 Prozent zertifizierte Papierverpackungen bis Ende 2020²



¹ Betrachtet wird die Bezugsmenge der Eigenmarken-Verpackungen.

² Dieses Ziel gilt derzeit noch nicht für toom Baumarkt.

VII. BERICHTERSTATTUNG UND KOMMUNIKATION

Die REWE Group ist überzeugt, dass Transparenz und die Bereitstellung umfangreicher Informationen wichtige Bestandteile eines erfolgreichen Nachhaltigkeitsmanagements sind und auch zur Förderung der Kreislaufwirtschaft beitragen können. Der Fortschritt bei der Umsetzung der Maßnahmen und der Erreichung der aufgezeigten Ziele wird regelmäßig und öffentlich von der REWE Group berichtet. Dies geschieht im Rahmen von Pressemitteilungen, über die Homepage der REWE Group oder über den Nachhaltigkeitsbericht der Unternehmensgruppe. Darüber hinaus informiert die REWE Group ihre Kunden, um diese für die ökologischen Auswirkungen von Verpackungen zu sensibilisieren. Denn auch das Verhalten der Verbraucher – insbesondere die richtige Trennung und Entsorgung von Verpackungen – trägt zur Stärkung der Kreislaufwirtschaft bei.



Quellenverzeichnis

PwC (2018): **Verpackungen im Fokus. Die Rolle von Circular Economy auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit,**
<https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/pwc-studie-verpackungen-im-fokus-februar-2018-final.pdf>

Zugriff: 10.12.2018

REWE Group (2011): **Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften,**
https://www.rewe-group.com/dam/de/presse/leitlinien/nachhaltiges-wirtschaften/LL_Nachh_Wirtschaften_D_2014

Zugriff: 30.11.2018

Umweltbundesamt (2018a): **Aufkommen und Verwertung von Verpackungsabfällen in Deutschland im Jahr 2016,**

https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/2546/publikationen/aufkommen_und_verwertung_von_verpackungsabfaellen_in_deutschland_im_jahr_2016_final.pdf

Zugriff: 29.11.2018

Umweltbundesamt (2018b): **Weltrecyclingtag: Wieviel recyceln wir wirklich?,**

<https://www.umweltbundesamt.de/themen/weltrecyclingtag-wieviel-recyceln-wir-wirklich>

Zugriff: 13.06.2018

Impressum

Herausgeber: REWE Group
Corporate Responsibility
50603 Köln

Telefon: +49 221 149-1791

Der Dialog zum Thema Verpackung ist uns ein wichtiges Anliegen. Für Anregungen und Rückfragen kontaktieren Sie uns unter: nachhaltigkeit@rewe-group.com

Stand: Januar 2019