

REWE International AG setzt mit Nachhaltigen Wochen wichtige Akzente und stellt das Thema "Gesünder leben" in den Mittelpunkt



<http://www.apa-fotoservice.at/galerie/3338> Ernst Ulrich von Weizsäcker (ehem. Präsident des Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie), Frank Hensel (Vorstandsvorsitzender REWE International AG)

Credit: REWE International AG/APA-Fotoservice/Schedl
Fotograf: Ludwig Schedl

Wien (OTS) - REWE International AG, Österreichs größter Lebensmittel- und Drogeriefachhändler, stellt ab heute mehr als zwei Wochen lang seine umfassenden Nachhaltigkeitsaktivitäten in den öffentlichen Fokus. Im Zuge der Nachhaltigen Wochen dreht sich bei den Handelsfirmen BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG alles um die Themen Grüne Produkte, Energie/Klima und Umwelt, MitarbeiterInnen und Gesellschaftliches Engagement. Ein Schwerpunktthema der diesjährigen Nachhaltigen Wochen lautet: Gemeinsam gesünder leben. Eine aktuelle Großstudie der Karmasin Motivforschung zeigt, dass das Wissen zum Thema gesunde Lebensweise unter den ÖsterreicherInnen als durchschnittlich bezeichnet werden kann. Vermehrt sind Informationen über regionale Lebensmittel und gesundes Kochen wie auch Ernähren gewünscht.

Von 5. bis 22. September 2012 steht die REWE International AG wieder ganz im Zeichen der Nachhaltigen Wochen. Erster Höhepunkt ist dabei das Stakeholderforum, das heute in der Aula der Wissenschaften über die Bühne geht. Gemeinsam mit nachhaltig agierenden Partnern aus der Industrie und mit internationalen Experten, NGOs und KundInnen diskutiert die REWE Group die verschiedenen Aspekte der vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens. So konnte die REWE Group unter anderem Ernst Ulrich von Weizsäcker, einen der wichtigsten Vordenker der deutschen Umweltbewegung, und die bekannte österreichische Sozialmedizinerin Anita Rieder für das Stakeholderforum gewinnen. Weizsäcker betont in seinem Statement, dass beim gesellschaftlichen Umdenkprozess den Unternehmen eine wichtige Rolle zukommt: "Nachhaltige Botschaften werden vor allem

über Produkte transportiert. Die REWE International AG leistete bereits in den 90er-Jahren mit ihrer Bio-Marke Ja! Natürlich wichtige Pionierarbeit." Und Anita Rieder ergänzt: "Nachhaltiges Handeln im Lebensmittelhandel bedeutet auch, dass man versucht, gesunde Ernährung in der Bevölkerung noch populärer zu machen. Dieses Ziel kann nur erreicht werden, wenn gesunde Produkte gut schmecken und auch leistbar sind. Es gibt aber auch Grenzen, was ein Supermarkt für die Gesundheit leisten kann. Das gemeinsame Kochen, soziale Kompetenzen der Familie, Präventionsmaßnahmen, Bewegung mit Kindern und Jugendlichen und das Lernen, wie man mit Lebensmitteln umgeht, kann der Handel klarerweise nicht ersetzen."

Für Frank Hensel, Vorstandsvorsitzender REWE International AG, ist Nachhaltigkeit eines der zentralen Themen für die künftige Entwicklung des Unternehmens: "Mit unserem Nachhaltigkeitsprogramm haben wir einen sehr guten Weg eingeschlagen. Dennoch ruhen wir uns auf dem Erreichten nicht aus, sondern halten Ausschau nach neuen Ansätzen, neuen Denkanstößen und neuen Strategien. Das erweiterte Stakeholderforum liefert uns heuer in Sachen Nachhaltigkeit wichtige Kritik und wertvolle Dialoge wie auch Impulse von außen. Denn wir haben die Chance und auch die Verantwortung, durch unsere neun Millionen Kundenkontakte pro Woche, Nachhaltigkeit und gesunde Ernährung unmittelbar den Kunden nahe zu bringen." Hensel betont vor allem, dass eine überzeugende Nachhaltigkeitsstrategie nur dann wirksam sein kann, wenn alle Partner an einem Strang ziehen: "Für uns heißt das, dass wir in Zukunft noch stärker unsere Partner aus der Industrie und der Landwirtschaft, Experten, NGOs, Interessensvertreter, Politiker und vor allem aber auch unsere KundInnen an Bord holen wollen", so Hensel.

Zwtl.: Gemeinsam gesünder leben, Qualität wichtiger als Preis

Um die Kundenbedürfnisse in Sachen nachhaltige Produkte künftig noch stärker bedienen zu können, hat die REWE International AG beim renommierten Institut Karmasin Motivforschung eine Großstudie zum Thema "So gesund is(s)t Österreich" in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse, die heute im Rahmen des Stakeholderforums präsentiert wurden, zeigen, dass es in Österreich in Sachen Nachhaltigkeit und gesunde Ernährung durchaus noch Potenzial nach oben gibt. "25% haben sich oft bis sehr oft Vorsätze zu gesundem Ernährungsverhalten gemacht. Mehr als die Hälfte davon konnte diese nicht länger als einen Monat einhalten. Durchschnittlich investieren die Österreicher nur knapp 49 Minuten pro Tag in eine gesunde Lebensweise.

Offensichtlich gehen Wunsch und Wirklichkeit hier weit auseinander", so Sophie Karmasin. Für 43% der Befragten ist Bequemlichkeit der Grund, warum nicht mehr für die Gesundheit unternommen wird. 33% geben an, zu wenig Zeit für einen gesunden Lebenswandel zu haben.

Unterschiedliche Botschaften senden die KonsumentInnen beim Thema Lebensmittelpreise aus. Gesundheit, Genuss und Bio-Lebensmittel sind laut der Studie beim Einkauf zwar wichtiger als der Preis, dennoch gibt ein Fünftel der Befragten an, dass eine niedrigere Preisgestaltung dabei helfen würde sich gesünder zu ernähren. "Preis und hohe Qualität erzeugen seit jeher das komplexe Spannungsfeld, in dem wir uns als Lebensmittelhändler bewegen", so Frank Hensel. Der Vorstandsvorsitzende der REWE International AG betont aber, dass gesunde Ernährung keine Frage des Geldes sei: "Bereits heute kann sich jede Österreicherin und jeder Österreicher eine gesunde Ernährung leisten. Die Qualität der Produkte hat sich in den vergangenen Jahrzehnten dramatisch verbessert."

Zwtl.: Nachholbedarf in Sachen Information beim Thema Nachhaltigkeit

Fast die Hälfte der Österreicher (47%) meint, in den letzten Jahren eine Veränderung ihres Wissenstandes zum Thema Gesundheit bemerkt zu haben. Vermehrtes Wissen in den Bereichen regionale Lebensmittel (28%), gesund Kochen/Ernähren (25%) und Bausteine des Körpers wie zum Beispiel Vitamine und Ballaststoffe (23%) wird gewünscht. Zudem geben gerade mal 38% der Österreicher an, dass sie gut oder sehr gut über Nachhaltigkeit Bescheid wissen. "Die Ergebnisse zeigen, dass wir gerade bei der Information über die Nachhaltigkeit und die gesunde Ernährung einen großen Nachholbedarf haben. Die Nachhaltigen Wochen sind hier ein wichtiger Schritt, gerade weil dem Thema in den Filialen und den Flugblättern viel Platz eingeräumt wird", so das Fazit von Frank Hensel.

Das Thema Gesundheit steht auch im Fokus der Bio-Eigenmarke Ja! Natürlich. Um das Bewusstsein für eine gesündere, genussvolle, abwechslungsreiche und auch biologische Ernährung für Kinder zu stärken, startet Ja! Natürlich zum Schulanfang eine umfassende TV-Kampagne, die von vielfältigen Maßnahmen begleitet wird wie etwa ein Bio-Rezeptwettbewerb für Hobby-Köche oder eine Jausenapfel-Aktion an Österreichs Schulen.

Wesentliche Fortschritte konnte REWE International AG in den vergangenen Jahren neben der weiteren Forcierung von regionalen

Produkten, Bio-Produkten und des Nachhaltigkeits-Labels PRO PLANET unter anderem in folgenden Bereichen erzielen: Green Packaging, Tierschutz, Eigenenergieversorgung und Energieeffizienz. So hat man sich zum Beispiel dem ambitionierten REWE Group Ziel, bis 2015 die spezifischen Treibhausgasemissionen gegenüber dem Vergleichsjahr 2006 um 30 Prozent zu reduzieren, rasch genähert. "In allen vier Säulen unserer Nachhaltigkeitsstrategie - Grüne Produkte, Energie/Klima und Umwelt, Mitarbeiter und gesellschaftliches Engagement - konnten wichtige Schritte gesetzt werden. Aber darauf wollen wir uns nicht ausruhen. Die Anregungen des Stakeholderforums sind für uns wertvoller Input, um unsere Nachhaltigkeitsinitiative voran zu treiben", so Frank Hensel.

Weitere Bilder unter: <http://www.apa-fotoservice.at/galerie/3338>

Anhänge zu dieser Aussendung finden Sie als Verknüpfung im AOM / Originaltext-Service sowie im Volltext der Aussendung auf <http://www.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

Mag. Corinna Tinkler,
Direktorin Unternehmenskommunikation und Unternehmenssprecherin
REWE International AG,
Industriezentrum NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16, A-2355 Wiener Neudorf
Tel.: +43 2236 600 5262,
E-Mail: c.tinkler@rewe-group.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/777/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0138 2012-09-07/11:55

071155 Sep 12

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120907_OTS0138