



Engagiert

Tchibo hat sich bereits vor über 13 Jahren der Nachhaltigkeit verpflichtet. Bei den Nachhaltigkeitswochen steht die Baumwolle stark im Mittelpunkt - etwa im Tchibo Nachhaltigkeitshaus im DEZ in Innsbruck.

Nachhaltig mit 180 Partnern im LEH

Tchibo-Nachhaltigkeitswochen sind diese Woche in allen Vertriebskanälen gestartet.

WIEN. Tchibo Eduscho hat am 8. Juli seine Nachhaltigkeitswochen gestartet; sie dauern bis 27. Juli, in allen Vertriebskanälen in ganz Österreich. Insgesamt nehmen 180 Partner im Lebensmittelhandel und 25 Tchibo-Filialen (Übersicht der Standorte auf blog.tchibo.at) an der Kampagne teil.

In Österreich können Kunden von Wien über Villach und Linz bis Innsbruck drei Wochen lang das Thema Verantwortung unter dem Motto „Nachhaltiger leben. Jeden Tag.“ auf begehbaren Ausstellungsflächen erleben; dafür wurden eigens bis zu 12 m² große Nachhaltigkeits-Häuschen gezimmert – selbstredend aus natürlichen Materialien, sollen sie doch neben Informationen zu nachhaltigen Produkten auch den richtigen Rahmen für Inspiration bilden.

Als drittgrößter Anbieter von Bio-Baumwolle stehen nachhaltige Textilien besonders im

Fokus. Aber auch Kleidung aus recycelten Materialien, Mehrwegprodukte sowie das reichhaltige Kaffeesortiment werden angeboten.

Nachhaltig jeden Tag

„Mit der Nachhaltigkeitskampagne wollen wir unsere Kunden zu einer nachhaltigen Gestaltung ihres Alltags inspirieren und uns als Partner für wertvolle, faire und langlebige Produkte präsentieren“, erklärt Harald J. Mayer, Geschäftsführer Tchibo/Eduscho, über die Kampagne. Er bestätigt: „Tchibo hat sich ernsthaft einer nachhaltigen Geschäftstätigkeit verschrieben und möchte Kunden unabhängig von deren finanziellen Mitteln Zugang zu nachhaltigen Produkten bieten.“

Tchibo arbeitet seit gut einem Jahrzehnt daran, Lieferketten und Produkte nachhaltig zu gestalten. Verbraucher sollen hochwertige Produkte kaufen

können, die sich durch Qualität ebenso wie durch soziale und ökologische Fairness auszeichnen.

„Nachhaltigkeit muss erschwinglich sein, damit eine Entwicklung hin zu einer bewussteren Haltung geschehen kann“, so Mayer. Die Schonung der Umwelt und ein respekt-

volles Miteinander entlang der gesamten Wertschöpfungskette würde für Tchibo dabei im Mittelpunkt stehen.

Stark bei Bio-Baumwolle

Zum Beispiel Baumwolle: 2018 stammten 86% der von Tchibo eingekauften Baumwolle aus nachhaltigeren Quellen. Damit ist Tchibo weltweit drittgrößter Produzent von Bio-Baumwolle; bei Baby- und Kinderkleidung liegt der Anteil bei 100%.

Beim ökologischen Anbau von Baumwolle kommen ausschließlich natürliche Düng- und Schädlingsbekämpfungsmittel zum Einsatz. Außerdem wird 91% weniger Wasser als bei konventionellem Anbau verbraucht. Damit konnte eine Wassermenge von 198 Mio. gefüllten Badewannen eingespart werden. (red)



Harald J. Mayer, Geschäftsführer Tchibo/Eduscho, propagiert Nachhaltigkeit.