REWE Group Detox Programm

Closed Loop Ansatz

März 2017

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung 3

2 Strategischer Closed Loop Ansatz der REWE Group 4

3 Strategischer Closed Loop Ansatz für Textilien 6

3.1 Informationsmanagement: Analyse zu Closed Loop Ansätzen 7

3.2 Chemikalienmanagement: Minimierung gefährlicher Auswirkungen 7

3.3 Beschaffungsmanagement: Verwendung nachhaltiger Ressourcen 7

3.4 Kreislaufmanagement: Einsatz von Rücknahmesystemen 8

3.5 Stakeholdermanagement: Aufklären und Bewusstsein schaffen 8

4 Maßnahmen zur Umsetzung des Closed Loop Ansatzes 9

4.1 Rohstoffgewinnung und Produktion 11

4.2 Nutzung 13

4.3 End-of-Life 14

5 Herausforderungen und nächste Schritte 15

5.1 Komplexe Fragestellungen auf dem Weg zur Closed Loop für Textilien 15

5.2 Unsere Prioritäten für 2017 16

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Simplifizierter Closed Loop Ansatz 3

Abbildung 2: Upcycling am Beispiel von Einweggetränkeverpackungen 5

Abbildung 3: Managementansätze 6

Abbildung 4: Materialkreislauf 8

Abbildung 5: Übersicht Maßnahmen zur Umsetzung des Closed Loop Ansatzes 10

Abbildung 6: Hot Spot-Karte für die ökologischen Aspekte in den Phasen Spinnerei, Stoffherstellung, Veredelung und Konfektionierung 12

Abbildung 7: Wäschekreislauf Penny 13

Abbildung 8: OekoFill® 14

Abbildung 9: Weiternutzung von Textilien am Beispiel von Tragetaschen 15

Abkürzungsverzeichnis

BSCI	Business Social Compliance Initiative
CmiA	Cotton Made in Africa
CSCP	Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production
FSC	Forest Stewardship Council
Global GAP	Global Gute Agrarpraxis
GOTS	Global Organic Textile Standard
MSC	Marine Stewardship Council
NABU	Naturschutzbund Deutschland
NGO	Non-Governmental Organisation
PET	Polyethylenterephthalat

1 Einleitung

„Nachhaltigkeit ist für die REWE Group kein Trend, sondern wesentliches Element ihrer Unternehmensstrategie.“ Diesen Anspruch hat der Vorstand der REWE Group in der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften formuliert. Er drückt die Überzeugung aus, dass nachhaltiges Wirtschaften Voraussetzung für den langfristigen Unternehmenserfolg ist.

Daher bekennt sich die REWE Group in ihrer Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften ausdrücklich zur Einhaltung von Arbeits-, Sozial- und Umweltstandards. Um diese Leitlinie aktiv umzusetzen, arbeitet die REWE Group eng mit ihren Lieferanten zusammen und beteiligt sich an verschiedenen Organisationen und Initiativen, wie zum Beispiel Cotton made in Africa (CmiA), PRO PLANET und Global Organic Textile Standard (GOTS). Im Jahr 2014 hat sich die REWE Group entschieden, das Detox Commitment von Greenpeace zu unterstützen. Im Wesentlichen verfolgt die REWE Group damit die Ziele, die Lieferkette für Textilien transparenter zu gestalten, die Verwendung sicherer Chemikalien zu fördern und die Einleitung gefährlicher Chemikalien in den Wasserkreislauf bis 2020 zu minimieren.

Im Rahmen dieser Kampagne verpflichtet sich die REWE Group außerdem zur Schonung von Ressourcen und zur Förderung des nachhaltigen Konsums. Das bedeutet für die REWE Group, vermehrt nachhaltigere Produkte anzubieten und dabei deren gesamten Lebenszyklus im Blick zu haben. Benutzte und nicht mehr benötigte Produkte sind für die REWE Group kein Abfall, denn sie enthalten wiederverwertbare Stoffe. So entstehen zunehmend geschlossene Materialkreisläufe, die sicherstellen, dass globale Ressourcen geschont werden und Konsum langfristig nachhaltig ist.

Der Ansatz des geschlossenen Materialkreislaufes wird in der Fachwelt als „Closed Loop“ bezeichnet. Hiermit wird ein Produktionsprozess beschrieben, in dem gebrauchte Waren gesammelt, verarbeitet und als neue Produkte wieder verkauft werden. Diesen Kreislauf wird die REWE Group im Rahmen der Detox Kampagne für den Textilbereich aufbauen und in Zukunft kontinuierlich weiterentwickeln.

Abbildung 1: Simplifizierter Closed Loop Ansatz

Die REWE Group sieht es als ihre Verantwortung, dem Kunden das Prinzip der Closed Loop so zu erklären, dass er basierend auf diesen Informationen eine nachhaltigkeitsorientierte Konsumentscheidung tätigen kann. Über Aktionen in den Märkten erreichen wir zahlreiche Kunden und sensibilisieren sie für einen nachhaltigeren Lebensstil. Im Rahmen eines Fortschrittsberichts und auf der REWE Group Webseite informiert die REWE Group regelmäßig über ihre Aktivitäten zum Detox Programm.

2 Strategischer Closed Loop Ansatz der REWE Group

In der Umsetzung unseres strategischen Ansatzes haben wir bei der Verabschiedung von Maßnahmen unser gesamtes Sortiment im Blick. Als Handelsunternehmen sind wir uns unserer Position in der Wertschöpfung bewusst. Wir stehen in der Wertschöpfungskette zwischen den Produzenten und den Konsumenten; über unser Warenangebot verbinden wir die beiden Gruppen miteinander.

Beide Zielgruppen sind uns dabei gleichermaßen wichtig, denn Angebot und Nachfrage sind eng miteinander verknüpft und können nicht getrennt voneinander betrachtet werden. Im Rahmen unseres Closed Loop Ansatzes heißt das für uns:

- auf der Produzentenseite eine dauerhafte Zusammenarbeit auf Basis klarer Vorgaben und Vereinbarungen zu Inhaltsstoffen und Verarbeitungsprozessen sowie Qualitätsansprüchen anzustreben, um qualitativ hochwertige und immer nachhaltigere Produkte einkaufen zu können und
- auf der Konsumentenseite Aufklärung über Zusammenhänge zu betreiben, um Verbrauchern Wissen und Orientierung an die Hand zu geben sowie Informationen zu den Produkten und zum Umgang mit ihnen, die über die reine Nutzenphase hinausgehen.

Über diese konkreten Maßnahmen für diese Zielgruppen hinaus engagieren wir uns in unterschiedlichen Organisationen für die Schaffung eines verlässlichen Handlungsrahmens für Nachhaltigkeit im Einzelhandel und wirken auf eine Standardisierung hin.

Die REWE Group fördert und unterstützt eine Vielzahl an Upstream- und Downstreammaßnahmen, um den Lebenszyklus unserer Produkte zu erweitern, Ressourcen zu schonen und dem Closed Loop Ansatz gerecht zu werden. Ein Auszug dieses generellen Engagements der REWE Group und ihrer Vertriebslinien für mehr Nachhaltigkeit ist in den folgenden beiden Abschnitten dargelegt.

Upstream

Mit dem PRO PLANET-Label der REWE Group werden Lebensmittel und Gebrauchsartikel gekennzeichnet, die neben hoher Qualität zusätzlich auch positive ökologische oder soziale Eigenschaften aufweisen. So sorgen wir dafür, dass Produkte Umwelt und Mensch während ihrer Herstellung, Verarbeitung oder Verwendung weniger belasten als herkömmliche Produkte.

„Die Förderung des nachhaltigen Konsums ist eine der wichtigsten Herausforderungen unserer Zeit. Die REWE Group bietet mit dem PRO PLANET-Label hierzu die notwendige Orientierungshilfe.“

Bernward Geier, Vorsitzender des PRO PLANET-Beirats

Insgesamt befinden sich über 6.700 nachhaltigere Produkte im deutschen Sortiment von REWE,

PENNY und toom Baumarkt, die für den Verbraucher gekennzeichnet sind. Dazu zählen neben den PRO PLANET-Artikeln der Eigenmarken auch Bio- und Regionalprodukte sowie eine Vielzahl weiterer Siegel, wie Fairtrade, FSC, GLOBAL G.A.P., Blauer Engel, GOTS oder Rainforest Alliance. Die einzelnen Standards haben unterschiedliche Schwerpunkte und umfassen zahlreiche Maßnahmen, um zum Beispiel die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Produzenten schrittweise zu verbessern oder die Umwelt besser zu schützen. Durch die Zertifizierung werden Liefer- und Produktionsketten transparenter und unterstützen so die Verbraucher bei der Wahl ihrer Produkte. 2015 sind unsere Vertriebslinien REWE, PENNY und toom Baumarkt von der Verbraucher Initiative für ihr Nachhaltigkeitsengagement mit der Gold-Medaille als „Nachhaltiges Einzelhandelsunternehmen 2015“ ausgezeichnet worden.

Darüber hinaus haben wir im Rahmen unseres Wertschöpfungskettenmanagements Leitlinien erstellt mit dem Ziel die Wertschöpfungskette unserer Eigenmarken nachhaltiger zu gestalten. Inzwischen wurden Leitlinien zu den Themen Palmöl, Natursteine, Fisch, Kakao und Soja definiert und entsprechende Initiativen ins Leben gerufen. Leitlinien REWE Group

Das Sortiment der REWE Group beinhaltet bereits einige Recyclingprodukte. So bieten wir PRO PLANET-Produkte aus Recyclingpapier an. Diese werden aus 100 Prozent Altpapier hergestellt, weshalb keine frischen Holzfasern benötigt werden. Eine weitere Maßnahme ist unsere Recyclat-Initiative, in deren Rahmen wir PET-Verpackungsabfälle aus dem Gelben Sack weiterverarbeiten. Inzwischen bestehen die Geschirrspülmittelflaschen der REWE Group-Eigenmarken zu 100 Prozent aus Recyclat, von dem aktuell 20 Prozent aus dem Gelben Sack stammen.

Downstream

Die REWE Group unterstützt Verbraucher mit Informationen über Upcycling-Möglichkeiten und versorgt sie auf spielerische Art mit konkreten Anleitungen („life hacks“). Einige erfolgreiche Umsetzungen werden auf der REWE Group Webseite oder auf Facebook veröffentlicht, um zur Nachahmung zu motivieren. Informationen, Bauanleitungen und Videos sind hier verfügbar: Upcycling REWE Group

Abbildung 2: Upcycling am Beispiel von Einweggetränkeverpackungen

Über alle Vertriebslinien hinweg fördern wir die Aufmerksamkeit für das Thema „nachhaltiger Konsum“. Wir forcieren die Kommunikation in Richtung Verbraucher über unsere Mitgliedschaften in wichtigen Initiativen und Organisationen, wie zum Beispiel dem Roundtable on Sustainable Palm Oil oder dem Verein für kontrollierte alternative Tierhaltungsformen e.V. Dem Kunden wird so nachvollziehbar dargelegt, inwiefern wir wichtige Standards bei der Sortimentsgestaltung berücksichtigt haben.

REWE und PENNY haben die Plastiktüte aus dem Sortiment genommen. Damit folgen die Unternehmen ihren eigenen Vorgaben, Ressourcen konsequent zu schonen und die Erzeugung von Kunststoffabfällen zu vermeiden. REWE und PENNY bieten eine Auswahl an alternativen Einkaufstaschen, die alle das GOTS-, PRO PLANET- oder FSC-Label tragen.

"Der Verzicht auf den Verkauf von Plastiktüten ist der nächste konsequente Schritt in unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Auch arbeiten wir bereits an weiteren Initiativen zur Reduzierung von Plastikverpackungen im Lebensmitteleinzelhandel."

Lionel Souque, Vorstandsmitglied REWE Group

PENNY bietet zudem einen Anreiz für alle, die mit einer PENNY-Mehrwegtüte einkaufen kommen. Ein kleiner Betrag wird vom Einkaufspreis abgezogen und für gemeinnützige Zwecke gespendet. Eine weitere, umgesetzte Maßnahme bezieht sich auf die Reduktion der Lebensmittelverschwendung. Als Pilotprojekt zur Verbraucherbildung haben Mitarbeiterinnen der PENNY-Märkte Kunden über den Umgang mit Lebensmitteln aufgeklärt. In den folgenden Links finden Sie das Erklärvideo zu BioHelden und die Erklärung zum Mindesthaltbarkeitsdatum.

3 Strategischer Closed Loop Ansatz für Textilien

Unseren strategischen Closed Loop Ansatz für Textilien haben wir entlang fünf wesentlicher Managementansätze entwickelt. Der Closed Loop Ansatz beinhaltet ein ausführliches Informations-, Chemikalien-, Beschaffungs-, Kreislauf-, und Stakeholdermanagement. Die Verzahnung der Managementansätze ermöglicht der REWE Group das Prinzip der Kreislaufwirtschaft in wesentlichen Bereichen des Unternehmens zu verankern. Das Informationsmanagement bildet die Basis des Ansatzes. Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen erstellen wir Closed Loop Konzepte für

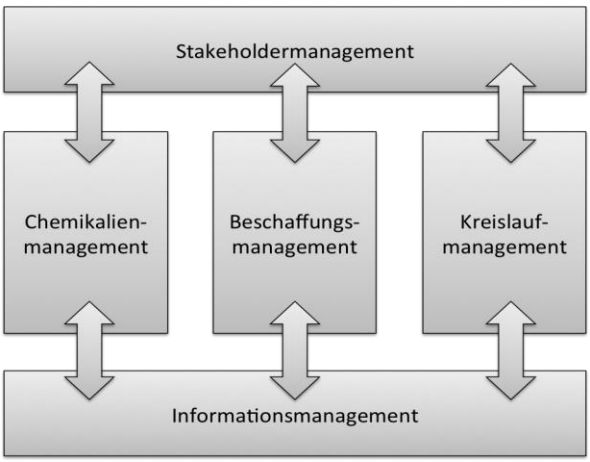

Abbildung 3: Managementansätze

das Chemikalien-, Beschaffungs- und Kreislaufmanagement. Das Stakeholdermanagement dient der effektiven Implementierung des Closed Loop Ansatzes.

3.1 Informationsmanagement: Analyse zu Closed Loop Ansätzen

Die REWE Group erhebt im Rahmen von Markt- und Wettbewerbsanalysen eine Vielzahl an Daten und Informationen, um ihre Closed Loop Ansätze zu diskutieren und weiterzuentwickeln. Hierfür stehen wir in kontinuierlichem Austausch mit der Industrie und wissenschaftlichen Einrichtungen. In Kooperation mit der Hongkong University of Science and Technology wurde 2016 eine Analyse zum ökonomischen Nutzen von Rücknahmeystemen für Textilien erstellt. Außerdem wurde eine weitere Detox-Studie durch fachlichen Austausch und Interviews unterstützt. Wir möchten auch in Zukunft mit Universitäten und anderen Forschungseinrichtungen zusammenarbeiten, um weiter an der Schließung des Materialkreislaufs zu forschen und unsere ambitionierten Ziele zu erreichen.

3.2 Chemikalienmanagement: Minimierung gefährlicher Auswirkungen

Im Rahmen der Detox Kampagne haben wir uns dazu verpflichtet, bis zum Jahr 2020 unsere Lieferkette für Textilien transparenter zu gestalten, die Verwendung sicherer Chemikalien zu fördern und die Einleitung gefährlicher Chemikalien in den Wasserkreislauf zu minimieren. Hierfür sind wir Teil der Arbeitsgruppe „Chemikalien“ des Bündnisses für nachhaltige Textilien, um aktiv an der Weiterentwicklung der Standards für das Chemikalienmanagement zu arbeiten. In Kombination mit dem Closed Loop Ansatz können so unerwünschte, gefährliche Stoffe langfristig aus dem Produktionskreislauf ausgeschlossen werden. Dieses Ziel ist sehr ambitioniert, denn die Lieferketten für Textilien sind komplex und die Suche nach Substitutionsmöglichkeiten für die definierten Chemikalien schwierig. Wir sind daher der Überzeugung, dass die Umsetzung nur durch starke Partnerschaften mit unseren Lieferanten erfolgen kann. Aus diesem Grund arbeiten wir stetig daran, unsere Lieferantenbasis zu konsolidieren, um unsere strategischen Partner zu identifizieren und weiterzuentwickeln.

3.3 Beschaffungsmanagement: Verwendung nachhaltiger Ressourcen

Im Hinblick auf den Closed Loop Ansatz bieten wir unseren Kunden bereits einige Produkte mit recycelten Fasern an. Wir prüfen derzeit, wie wir das Angebot an Produkten aus recycelten Fasern erhöhen und somit unseren Kunden eine größere Auswahl anbieten können. Zudem möchten wir die Aufmerksamkeit der Kunden für die besonders nachhaltigen Eigenschaften dieser Produkte erhöhen und prüfen daher gemeinsam mit dem PRO PLANET-Beirat die Vergabe des PRO PLANET-Labels, mit dem wir bereits seit vielen Jahren nachhaltigere Eigenmarken-Produkte kennzeichnen. Darüber hinaus hat sich die REWE-Group das Ziel gesetzt, den Anteil der aus nachhaltigerer Baumwolle hergestellten textilen Produkte bis Ende 2017 auf 70 Prozent auszubauen. Im Zuge dessen setzen wir auf unsere Kooperation mit CmiA und GOTS. Mit diesen Kooperationen sorgen wir für bessere Arbeits- und Produktionsbedingungen in der Liefer-

kette und stellen die umweltschonende Weiterbehandlung und Verarbeitung von textilen Produkten aus biologisch erzeugten Naturfasern sicher.

3.4 Kreislaufmanagement: Einsatz von Rücknahmesystemen

Die REWE Group möchte verstärkt dazu beitragen, dass Textilien dem Materialkreislauf erhalten bleiben, indem sie wiedergetragen oder weiterverwertet werden. Aus diesem Grund haben wir uns 2016 für den Einsatz eines Rücknahmesystems für Textilien entschlossen. In einer langfristig angelegten Kooperation mit einem renommierten Dienstleister wird die REWE Group 2017 die Sammlung von Textilien weiter ausbauen. Dies betrifft nicht nur die in den Märkten der Vertriebslinien verkauften Textilien, sondern auch Produkte anderer Unternehmen. Im weiteren Verlauf wird gemäß dem Kreislaufwirtschaftsgesetz genau geprüft, ob die Textilien noch tragfähig sind. Nicht mehr tragfähige Textilien werden einem neuen Nutzungszweck zugeführt oder recycelt. Zusätzlich verfolgen wir das Ziel langfristige Kooperationen mit anderen Unternehmen zur Vereinheitlichung und Verbesserung der Rücknahme einzugehen. Wir möchten unsere Kunden dafür sensibilisieren, dass ausrangierte Textilien abgegeben und so einer zweiten Verwendung zugeführt werden können.

Abbildung 4: Materialkreislauf

3.5 Stakeholdermanagement: Aufklären und Bewusstsein schaffen

Nachhaltige Veränderungen im Konsumverhalten der Gesellschaft können wir nur erreichen, wenn wir mit unseren Stakeholdern zusammenarbeiten. Daher tauschen wir uns eng mit Wettbewerbern, NGOs, Testinstituten, Dienstleistern und Universitäten aus.
Wir stehen zudem in regem Kontakt mit anderen Einzelhändlern und Textilunternehmen, um voneinander zu lernen und Erfahrungen auszutauschen. Um den Ansatz des nachhaltigen Konsums in der Gesellschaft zu verankern, bedarf es gut informierter Verbraucher – denn nur diese werden sich mit dem Thema auseinandersetzen und es in ihre Einkaufsentscheidungen einbeziehen. Durch die Vielzahl unserer Kundenkontakte können wir viele Menschen für einen nachhaltigeren Lebensstil sensibilisieren. Wir fördern deshalb bereits bei Kindern und Jugendlichen, aber auch bei Erwachsenen, das Bewusstsein für nachhaltigeren Konsum. Im Rahmen der seit

2011 und mittlerweile mehrmals jährlich stattfindenden Nachhaltigkeitswochen werden Kunden auf wesentliche Nachhaltigkeitsthemen aufmerksam gemacht.
Darüber hinaus organisiert die REWE Group jährliche Dialogforen, um wichtige Themen mit Stakeholdern gezielt zu diskutieren. Im Jahr 2016 veranstaltete die REWE Group ein Dialogforum mit über 200 Stakeholdern zu Themen wie Verpackungen, Meeresschutz und Sustainable Development Goals. Auf der Webseite der REWE Group informieren wir ausführlich über relevante Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette unserer Textilprodukte. Beispielhaft haben wir in unserem Nachhaltigkeitsbericht die Lieferkette eines T-Shirts aufgezeigt.

4 Maßnahmen zur Umsetzung des Closed Loop Ansatzes

Textilien stellen zwar nicht den größten, aber im Hinblick auf Nachhaltigkeitsaspekte einen dennoch wichtigen Teil unseres Non-Food-Sortiments dar, so dass wir hier vielfältig engagiert sind. Aus ihrem allgemeinen Nachhaltigkeitsverständnis heraus hat die REWE Group schon seit längerem vielfältige Maßnahmen zur Verringerung der Inanspruchnahme von Ressourcen und zur Vermeidung von Verschmutzungen ergriffen. Als Beispiel seien hier die Textilien aus unserem Sortiment genannt, die mit dem PRO PLANET Siegel versehen sind und für welche nachhaltiger angebaute und verarbeitete Baumwolle unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsstandards (CmiA, GOTS) verwendet wurde.

Mit der Unterzeichnung des Detox Commitments ist die Idee der Closed Loop, also eines geschlossenen Wertstoffkreislaufes, für uns zur wesentlichen Richtschnur geworden. Wir haben alle Maßnahmen, die wir im Non-Food-Bereich Textilien ergreifen, entlang der textilen Wertschöpfungskette eingeordnet.

Die Umsetzung eines strategischen Ansatzes zum Thema Closed Loop erfordert allerdings die Berücksichtigung einer Vielzahl von Einflussgrößen. Diese Faktoren können ganz unterschiedliche Ausprägungen haben. So sind z. B. neben den sozialen Auswirkungen im Baumwollanbau oder den Einsatzstoffen in der Textilausrüstung auch Fragen zur Auswaschung von Mikro-Plastikbestandteilen im Waschvorgang von Recyclingfasern zu berücksichtigen.

Um die komplexe Problematik in Teilbereiche zu gliedern, hat die REWE Group zunächst das Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) in Wuppertal mit einer Übersichtsstudie zur Abschätzung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Folgen eines vermehrten Einsatzes von Recyclingfasern beauftragt.

Das CSCP hat die ökologischen und sozialen Auswirkungen in den einzelnen Phasen des Lebenszyklus von Textilien untersucht. Die nachfolgende Tabelle gibt eine Übersicht der betrachteten Aspekte und deren Relevanz:

Lebenszyklusphase	Dimension	Betrachtete Aspekte (ökologisch/sozial)	Relevanz
Rohstoffgewinnung (auch Vorprodukte)	Umwelt	Erdöl: Umweltauswirkungen der Erdöl-produktion	Hoch
		Baumwolle: Wasserverbrauch, Chemikalieneinsatz	Hoch
		PET: Transport (u.a. nach Asien,) CO_2-Emissionen, Wasserverbrauch, Energie-verbrauch	Mittel
		Altkleider: CO_2-Emissionen, Energie-einsatz	Niedrig
	Soziales	Erdöl: Umsiedlungen, Gesundheitsrisiken	Hoch
		Baumwolle: Arbeitsbedingungen	Hoch
		PET: nicht relevant	Gering
		Altkleider: nicht relevant, wenn aus Produktionsresten	Gering
Produktion / Weiterverarbeitung	Umwelt	Energieaufwand, CO_2-Emissionen, Wassereinsatz, Abwasser, Chemikalien-einsatz, Staub, Abfallaufkommen	Hoch
	Soziales	Arbeitsbedingungen, Arbeitsschutz	Hoch
Verpackung / Transport	Umwelt	u. a. CO_2-Emissionen, Stäube	Mittel
	Soziales	Arbeitsbedingungen	Gering
Nutzenphase	Umwelt	Mischfasern: Chemikalien, Mikroplastik, POPs (persistent organic pollutants)	Hoch
		Naturfasern: Chemikalien	Gering
	Soziales	Mischfasern: Mikroplastik in Nahrungs-mittelkette	Hoch
		Naturfasern: nicht relevant	Gering
End-of-Life	Umwelt	Schadstoffe durch Verbrennung	Hoch
	Soziales	Gefährdung von ökonomischen Strukturen in Entwicklungsländern durch illegale Altkleidersammlung, Verbraucher-täuschung, Rechtsverstöße	Hoch

Abbildung 5: Übersicht Maßnahmen zur Umsetzung des Closed Loop Ansatzes

Die REWE Group hat auf dieser Grundlage vor allem für die in der Relevanz als „hoch“ bewerteten Aspekte weitere Maßnahmen eingeleitet und diese den einzelnen Handlungsfeldern der Detox Wertschöpfungskette zugeordnet.

4.1 Rohstoffgewinnung und Produktion

Die ökologischen und sozialen Auswirkungen der Faserproduktion wurden sowohl für Natur- wie Kunstfasern in zwei vertiefenden Studien vom CSCP untersucht. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Textilherstellung auf der Basis von Recyclingfasern eine deutliche Reduktion der nachteiligen Umweltauswirkungen mit sich bringen kann, wenn die Fabrikationsanlagen technologisch auf dem aktuellen Stand sind, entsprechend betrieben werden und auf die Einhaltung akzeptabler Arbeitsbedingungen geachtet wird. Hier erweist sich die von der REWE Group eingeschlagene Richtung, vermehrt mit zertifizierten Betrieben (z. B. BSCI) zusammenzuarbeiten bzw. auf zertifizierte Produkte zu setzen (z. B. Blauer Engel, GOTS) als das Mittel der Wahl.

Als Grundlage für die zu planenden Maßnahmen war es erforderlich, noch detailliertere und regional differenzierte Informationen über die Auswirkungen der Textilproduktion auf den verschiedenen Verarbeitungsstufen zur Verfügung zu haben. Die REWE Group hat zusammen mit dem SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene zwei sog. Hot-Spot-Analysen zum Baumwollanbau und zur Textilverarbeitung durchgeführt:

Hot-Spot-Analyse Baumwolle

Ziel war es, den Anbau und die Entkernung von Baumwolle in China, Indien, der Türkei und in Sub-Sahara-Afrika hinsichtlich ihrer ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit zu untersuchen und die bestehenden Hot Spots zu identifizieren, um dann im Bereich dieser Hot Spots verbessernde Maßnahmen ergreifen zu können.

Hot-Spot-Analyse Textilien

Ziel war es, die Verarbeitung von Textilien in Bangladesch, China, Indien, Indonesien und Pakistan in den Phasen Spinnerei, Stoffherstellung, Veredelung und Konfektionierung hinsichtlich ihrer ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit zu untersuchen. Bestehende Hot Spots wurden identifiziert, um dann im Bereich dieser Hot Spots verbessernde Maßnahmen vorschlagen zu können.

Umfangreiche Analysen der einzelnen Prozessschritte und der auftretenden ökologischen und sozialen Effekte führen zu Hot-Spot-Landkarten. Die nachfolgende Abbildung zeigt exemplarisch eine solche Landkarte.

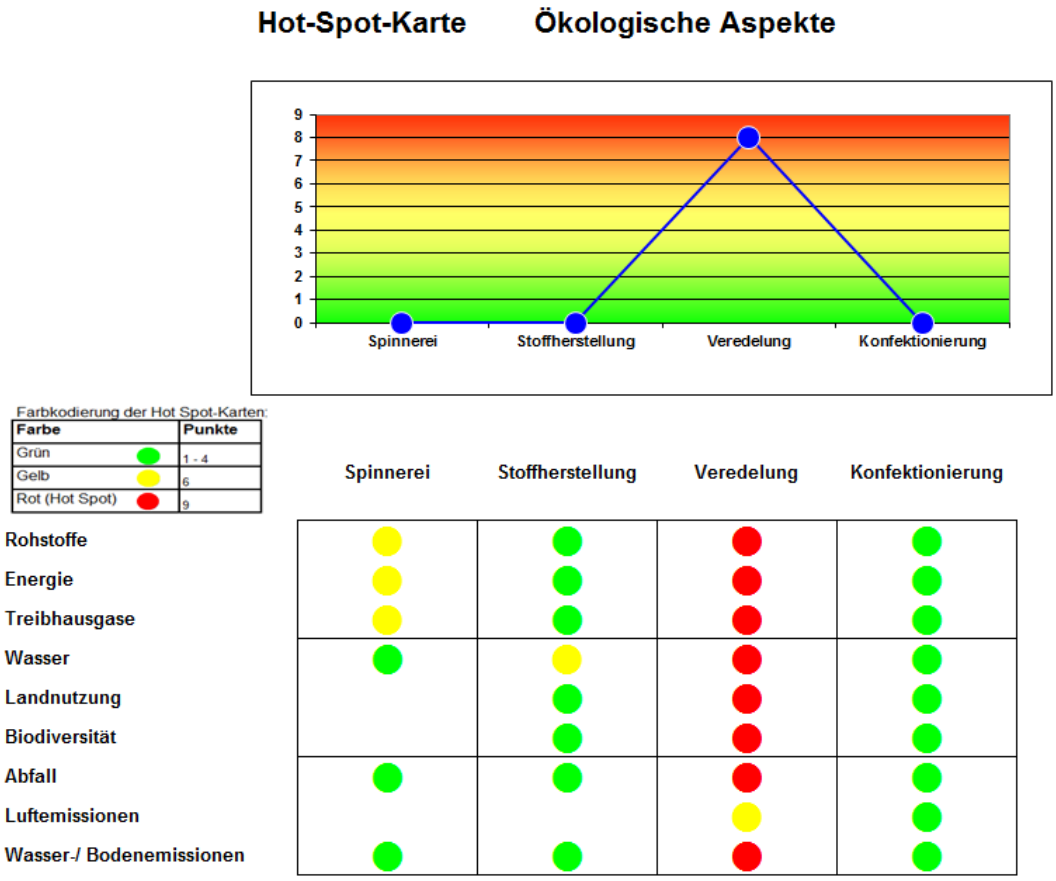

Abbildung 6: Hot-Spot-Karte für die ökologischen Aspekte in den Phasen Spinnerei, Stoffherstellung, Veredelung und Konfektionierung

Die Gutachter haben darauf basierend umfangreiche Maßnahmenprogramme vorgeschlagen, mit denen die Verhältnisse in den Anbau- und Verarbeitungsländern verbessert werden können.

Für den praktischen Einsatz in der REWE Group haben wir diese eher wissenschaftlich aufgebauten Analysen im REWE Group Navigationssystem für nachhaltige Textilien in kurzen Dokumentationen zusammengefasst.

Auf dieser Grundlage haben wir die bislang begonnenen Maßnahmen konzipiert. Insbesondere über die auf Prozessverbesserung ausgerichteten Maßnahmen wird im Detox Fortschrittsbericht der REWE Group umfassend berichtet.

Qualität und Langlebigkeit

Die REWE Group bietet den Konsumenten qualitativ gute und langlebige Textilien. Beginnend bei den ersten Mustern werden umfangreiche Untersuchungen auf die Einhaltung unserer An-

forderungen durchgeführt. In der laufenden Produktion werden darüber hinaus Stichproben genommen, bei denen die produzierte Ware auf Verarbeitungsfehler untersucht wird. Zusätzlich finden Untersuchungen durch ausgewählte, unabhängige und akkreditierte Testinstitute statt. Hierbei werden neben den chemischen Prüfungen auch textilphysikalische Untersuchungen vorgenommen, um die Qualität des Textils sicherzustellen.

4.2 Nutzung

Die Nutzung der Textilien findet durch den Verbraucher statt. Die REWE Group vertritt die Auffassung, dass ein großer Effekt erzielt werden kann, wenn der Verbraucher informierte Entscheidungen treffen kann. Unsere Kunden lassen uns wissen, dass sie ein zunehmendes Interesse nicht nur am unmittelbaren Produktnutzen haben, sondern auch an den weiteren Eigenschaften und den Auswirkungen, die mit diesen Produkten verbunden sind.

Deswegen steht für uns die Information des Verbrauchers unter Nutzung verschiedener Kommunikationskanäle im Vordergrund. Ein Beispiel für eine entsprechende Maßnahme findet sich bei PENNY:

Das Textilienangebot ist für den Konsumenten heute sehr unübersichtlich: Natur- oder Kunstfasern, evtl. ein Mischgewebe. Die Gewebe sind zusätzlich unterschiedlich ausgerüstet: knitterfrei, leicht bügelbar, schnelltrocknend usw. Für viele Konsumenten ist es schwierig zu verstehen, welche Art von Produkt sie eigentlich kaufen und wie sie es pflegen müssen. Daher bietet PENNY einen entsprechenden Leitfaden auf der Webseite an.

Weitere Hinweise für die textilien- und ressourcenschonende Wäsche und Pflege der Kleidung bekommen unsere Kunden durch den siebestufigen Waschkreislauf von PENNY.

Neben der Verlängerung der Lebensdauer durch eine angemessene Wäsche und Pflege können Konsumenten gleichzeitig Ressourcen – also Energie, Wasser und Waschmittel – sparen.

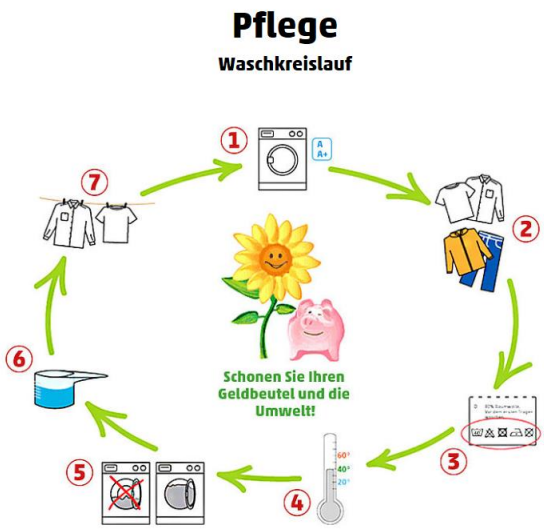

Abbildung 7: Wäschekreislauf Penny

4.3 End-of-Life

Produkte aus recycelten Fasern

Als eines der ersten Produkte aus recycelten Fasern hat die REWE Group Socken in ihr Sortiment aufgenommen. Hersteller dieser Socken ist ein portugiesisches Unternehmen, welches auf die Verarbeitung von recycelten Baumwollfasern spezialisiert ist. Die aus diesen Fasern hergestellten Garne erfüllen den OEKO-TEX Standard 100, und das produzierende Unternehmen ist sozialauditiert. Der Anteil an recycelten Fasern beträgt ca. 70 Prozent, wird aber derzeit noch nicht auf der Verpackung ausgewiesen. Die Auszeichnung dieses Produktes mit dem PRO PLANET Label der REWE Group wird derzeit mit dem PRO PLANET Beirat erörtert.

In der Vertriebslinie PENNY ist eine Bettdecke mit einem hohen Anteil aus recycelten Kunstfasern in der Füllung als Aktionsware angeboten worden. Als Füllmaterial für die Bettdecke wurde auf recyceltes Polyestermaterial – OekoFill® – zurückgegriffen. Hierbei handelt es sich um ein Material, welches nach Ende der Nutzungsdauer der Bettdecke ohne Qualitätseinbußen erneut recycelt werden kann.

Produkte mit dem Oeko Fill®
Logo sind mit recyceltem Polyester
gefüllt und leisten einen wertvollen
Beitrag zur Schonung der natürlichen
Ressourcen und dem Ziel, die Umwelt
so wenig wie möglich zu belasten.
Oeko Fill® – der Umwelt zur Liebe.

Abbildung 8: OekoFill®

Penny: Just bag it

Unsere Auszubildenden haben sich zudem mit der Weiternutzung der ausrangierten Berufsbekleidung unseres Vertriebspersonals beschäftigt. In Kooperation mit den Alexianer Werkstätten wurden daraus Taschen gefertigt, die an Markt- und Verwaltungsmitarbeiter der REWE Group verkauft wurden. Der Erlös ging an die Lebenshilfe Köln, den NABU Köln, die Kölner Organisation Himmel un ääd, die Alexianer Werkstätten und das Tierheim Helenenhof.

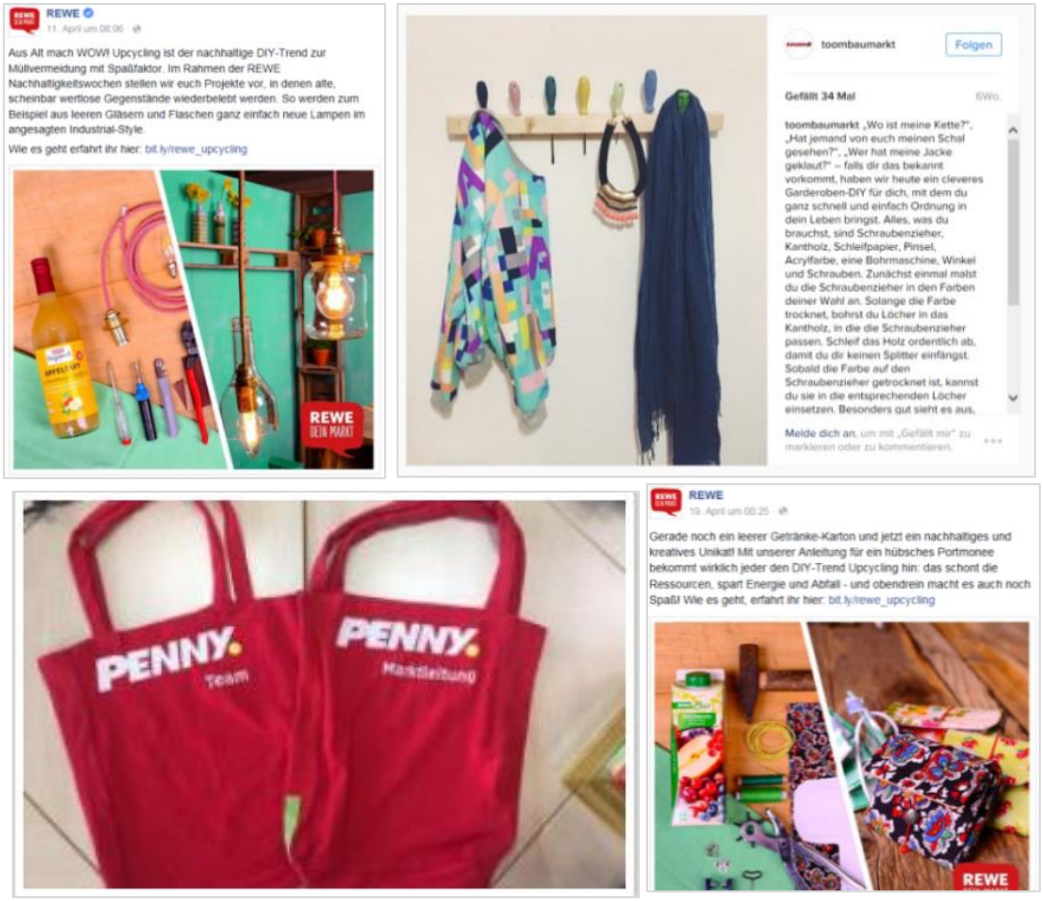

Abbildung 9: Weiternutzung von Textilien am Beispiel von Tragetaschen

5 Herausforderungen und nächste Schritte

5.1 Komplexe Fragestellungen auf dem Weg zur Closed Loop für Textilien

Neben den Fortschritten, die wir auf dem Weg zur Schließung von Stoffkreisläufen erzielt haben und die wir als Ansporn sehen, diesen Weg weiter zu beschreiten, müssen wir uns mit neuen bzw. neuartigen Herausforderungen befassen:

Die Sammlung von Textilien und das Recycling von Fasern findet zum überwiegenden Teil in Europa statt, während die Schwerpunkte der Textilproduktion in Asien liegen, wo recycelte Fasern nur selten verwendet werden. Recycelte Fasern müssen also von Europa wieder in die Produktionsländer verschifft werden. Dies verursacht nicht nur zusätzliche Kosten, sondern hat auch soziale und ökologische Auswirkungen, die in die Gesamtbetrachtung einfließen müssen.

Die Vielfalt der angebotenen Textilien ist immens groß. Zunehmend werden Mischgewebe eingesetzt, um die gewünschten Trage-, Haltbarkeits- und Pflegeeigenschaften maßzuschneidern. Das Recycling von Mischgeweben steht jedoch noch ganz am Anfang und ist im Sinne einer

Closed Loop eigentlich keine sinnvolle Maßnahme. Eine wirksame Trennung der unterschiedlichen Gewebe setzt jedoch zunächst eine entsprechende Kennzeichnung der Ware voraus. Eine herstellerübergreifende Kennzeichnung der Ware ist somit erforderlich, heute jedoch noch nicht gegeben. Die Erarbeitung eines Branchenstandards hat damit eine hohe Priorität, da eine nach Geweben getrennte Rücknahme nicht praktikabel ist.

Bei der Gewinnung von Fasern aus Alttextilien werden im Wesentlichen mechanische Verfahren eingesetzt, um die Gewebe aufzulösen. Verfahrensbedingt kommt es dabei durch die mechanische Belastung der Fasern in der Regel zu einer Verringerung der Faserlänge. Dies kann zu technologischen Einschränkungen für die Einsatzmöglichkeiten einer recycelten gegenüber einer neuen Faser führen. Für den Vertrieb von Produkten mit recycelten Fasern in den Vertriebslinien der REWE Group sind Stückzahlen in einer gewissen Größenordnung erforderlich. Aus diesem Grund muss die Fertigung der Waren in einem industriellen Maßstab erfolgen. Der Einsatz von recycelten Fasern in der Massenfertigung erfährt allerdings noch keine Akzeptanz. Die bestehenden Zweifel gilt es in den nächsten Jahren durch eine vertrauensvolle Zusammenarbeit aller Partner entlang der Wertschöpfungskette auszuräumen. Eng damit zusammenhängend ist das heute noch bestehende Kostenrisiko, dass kleinere Chargen- und Produktionsgrößen zu höheren Stückkosten führen. In diesem Zusammenhang muss auch die Frage beantwortet werden, ob ein geschlossenes Closed-Loop-System realisierbar und zulässig ist.

Der Konsument trifft Kaufentscheidungen für Textilien in der Regel mit Blick auf ihr Erscheinungsbild und möchte, dass Textilien schick aussehen und der aktuellen Mode entsprechen. Hier ist zu gewährleisten, dass auch Textilien aus recycelten Fasern den modischen Wünschen und Konsumentenpräferenzen entsprechen. Dies ist in der Optik und Farbgebung noch eine Herausforderung.

5.2 Unsere Prioritäten für 2017

Nachhaltigkeit ist für die REWE Group kein Trend, sondern wesentliches Element ihrer Unternehmensstrategie. Daher wird die REWE Group auch weiterhin durch engagiertes Handeln im Bereich Textilien dem Thema Nachhaltigkeit Ausdruck verleihen und sich im Jahr 2017 verstärkt dieser Herausforderungen annehmen:

Intensive Zusammenarbeit mit unseren Partnern in der Lieferkette

Die von der REWE Group seit vielen Jahren betriebenen Anstrengungen zur Verbesserung sowohl der ökologischen wie der sozialen Verhältnisse in der Lieferkette werden wir über Sozialauditierungen und Umweltmanagement bei unseren Lieferanten fortsetzen. Produktseitig werden wir weiterhin auf Standards wie CmiA, GOTS und OEKO-TEX Standard 100 vertrauen.

Neben der Verpflichtung unserer Lieferanten auf Standards und der Durchführung von Audits, werden wir unser Programm zur Lieferantenentwicklung kontinuierlich weiter ausbauen, z. B. durch zusätzliche Trainings.

Erhöhung der Verwendung von nachhaltiger Baumwolle

Neben der Einhaltung von Sozialstandards und der Förderung einer umweltverträglicheren Produktion im Rahmen der strengen DETOX Standards von Greenpeace setzt die REWE Group verstärkt auf eine verantwortungsvolle Rohstoffgewinnung zur Herstellung textiler Produkte. Dementsprechend hat sich die REWE Group zum Ziel gesetzt, den Anteil der aus nachhaltigerer Baumwolle hergestellten textilen Produkte von 56 Prozent im Jahr 2015 auf 70 Prozent bis Ende 2017 auszubauen.

Sammlung von Textilien starten

Mit einem Vertragsabschluss 2017 werden alle Voraussetzungen geschaffen, im Laufe des Jahres die Sammlung von Alttextilien mit einem ausgewählten Partner an mehreren hundert Standorten unserer Vertriebslinie PENNY zu starten.

Die gesammelten Textilien werden durch unseren Kooperationspartner in erster Linie eine weitere Verwendung als Secondhandkleidung finden. In zweiter Linie wird eine stoffliche Verwertung der Fasern in der Industrie oder als Inputmaterial in der Textilproduktion erfolgen. Für nicht stofflich verwertbare Anteile steht die fachgerechte und schadlose Beseitigung im Vordergrund.

Ausweitung des Sortiments von Textilien aus recycelten Fasern

Mit der steigenden Verfügbarkeit von recycelten Fasern steigen auch die Möglichkeiten, neue Textilien daraus zu produzieren.

Die REWE Group ist motiviert, hierzu mit den Lieferanten in einen engen Dialog zu treten und kontinuierlich nach neuen Produktmöglichkeiten – sei es als Aktionsware oder als Bestandteil des Dauersortiments – Ausschau zu halten.

Dabei steht die REWE Group in einem intensiven Wettbewerb mit anderen Marktteilnehmern; geplante Aktionen können daher nicht im Vorhinein in diesem Bericht beschrieben werden. Über die umgesetzten Maßnahmen werden wir in den nächsten Jahren berichten.

Kooperationen mit anderen Unternehmen und Diskussion gemeinsamer Lösungen

Eine wesentliche Erkenntnis aus den letzten Jahren ist, dass die Arbeit als Einzelunternehmen zur Bewältigung der komplexen Herausforderungen einer Closed Loop Lösung häufig nur langsam vorankommt. Einzellösungen entwickeln meist nicht das gewünschte Momentum und zusätzlich kann es auch zu Wettbewerbsverzerrungen durch ungleiche Marktbedingungen kommen.

Die REWE Group versucht deswegen gemeinsam mit anderen Unternehmen – seien es andere Handelsunternehmen, seien es Partner entlang der Wertschöpfungskette – Lösungen zu identifizieren,

- die auf die Erreichung gleicher Marktverhältnisse zielen („level playing field“),
- die durch die Bündelung von Nachfrage für ein größeres Momentum sorgen – natürlich unter Beachtung aller kartellrechtlichen Regelungen – und
- die im Sinne der Konsumenten für eine verständlichere Kommunikation stehen und damit zu einer größeren Akzeptanz beitragen (z. B. gemeinsam verwendetes Labeling von Textilien).

Konsumenten aufklären

Als Einzelhandelsunternehmen stehen wir in einem sehr intensiven Austausch mit unseren Kunden. Wir geben unseren Kunden Orientierung über die Produkte, ihre Verwendung, über die Pflege der Produkte und – sofern relevant – über deren angemessene Verwertung und Entsorgung. Das Feedback, das wir von unseren Kunden erhalten, bestärkt uns, diesen Weg weiter zu verfolgen.

Das zunehmende Angebot von Textilien aus recycelten Fasern bei der REWE Group werden wir daher mit entsprechender Verbraucherkommunikation begleiten. Hier gilt es Produkteigenschaften deutlich zu machen und Argumente für einen gleichwertigen Gebrauchsnutzen bei gleichzeitigem Zusatznutzen für die Umwelt deutlich zu machen.

Kontakt:

REWE Group

E-Mail: Detox@rewe-fareast.com

Webseite: www.rewe-group.com