

PRESSE INFO

Herausragendes Engagement für Klimaschutz: HDE-Klimaschutzoffensive zeichnet Biomare Leipzig aus

Düsseldorf, 22. November 2023: Die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland (HDE) hat beim Klima- und Energiekongress 2023 des EHI Retail Institute in Düsseldorf Malte Reupert mit seinen Biomare Lebensmittelmärkten für sein herausragendes Klimaschutz-Engagement ausgezeichnet.

Der sächsische Biosupermarkt Biomare ist der glückliche Gewinner der zum zweiten Mal verliehenen Auszeichnung für besonderes Klimaschutz-Engagement eines mittelständischen Handelsunternehmens der Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland (HDE). Die Ehrung wird verliehen, um herausragende Beispiele für die Einsparung von Energie und wegweisende Konzepte für mehr Nachhaltigkeit in Handelsunternehmen bekannt zu machen.

„Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind wichtiger denn je. Mit unserer Auszeichnung würdigen wir das Engagement von kleineren Einzelhandelsunternehmen, die eine größere Sichtbarkeit verdienen, weil sie sich mit einem ganzheitlichen Anspruch für die Energiewende und eine nachhaltige Transformation engagieren“, erläutert Jelena Nikolic, Projektleiterin der HDE-Klimaschutzoffensive. „Trotz aller Einsparbemühungen steigt der globale Ausstoß von Treibhausgasen. Der bewusste und sparsame Umgang mit Ressourcen ist der Schlüssel für mehr Klimaschutz. Zukunftsweisende Lösungen aus unserer Branche sind wichtig und können viele Händlerinnen und Händler zur Nachahmung anregen“, sagt Jelena Nikolic.

Gunter Engelmann-Merkel, Geschäftsführer des Handelsverbands Sachsen, ergänzt: „Malte Reupert ist ein wahrer Wegbereiter. Seit vielen Jahren sehen wir sein Wirken in der Branche und wie er seine Märkte in Richtung Klimaneutralität entwickelt. Sein beherztes Engagement ist beispielgebend“.

Malte Reupert – ein Vordenker für echten Klimaschutz

Malte Reupert, Geschäftsführer und Inhaber von insgesamt drei Biomare-Märkten in Leipzig, sicherte sich als Lebensmittelhändler die Auszeichnung. Der Kaufmann zeigt seit vielen Jahren mit großem Engagement wie wichtig ihm echter Klimaschutz ist. Energieeffizienz ist in den Biomare-Märkten eine Selbstverständlichkeit: LED-Beleuchtung ist Standard und in der Kältetechnik steht die Eindämmung von Leckagen im Vordergrund. Das Warmwasser wird über die Wärmerückgewinnung gewonnen.

Bei der Einrichtung setzt der Sachse auf ökologischen Ladenbau: Die Regale sind aus Holz gefertigt und mit auf Leinöl basierten Farben gestrichen. Es wird kein PVC verbaut, dafür halogenfreie Kabel. Giftige Materialien, die der Gesundheit schaden und die Entsorgung erschweren, kommen gar nicht erst zum Einsatz. „Unsere Filialen sind CO₂-Senken, sie speichern CO₂ anstatt es durch energieintensive Prozesse bei der Herstellung von Materialien freizusetzen“ erklärt Reupert.

Ein eigenes Mehrwegsystem, das Kund:innen belohnt

Und auch beim Thema Mehrweg und Verpackungsvermeidung geht Biohändler Reupert neue Wege. Er hat ein Rückerstattungssystem entwickelt, das Kundinnen und Kunden belohnt, die eigene Becher und Gefäße mitbringen oder z. B. Gemüse lose aus der Auslage ohne Tüte auf das Kassenband legen. Wird beispielsweise in der Cafeteria ein Cappuccino gekauft und ein eigener Becher mitgebracht, gibt es dafür eine Erstattung vom Komplettpreis – denn die Verpackung ist im Gesamtpreis des Kaffeegetränks inbegriffen. Das System zur Verpackungsvermeidung belohnt die Kundschaft direkt – sichtbar mit einer Gutschrift auf dem Kassenbon.

Außerdem wurde ein Online-Nachhaltigkeitsspiel entwickelt. Bei „[Change of Economy](#)“ werden spielerisch Fakten und Mythen zu nachhaltigem Konsum gegenübergestellt, die eigene Nachhaltigkeitsbilanz kommuniziert und Spieler:innen werden an der Auswahl der zukünftigen Schwerpunkte der Nachhaltigkeitsarbeit des Unternehmens beteiligt. „Um klimafreundliche Kaufentscheidungen zu erleichtern, brauchen Käufer:innen eine valide Datenbasis, die aktuell jedoch nicht zur Verfügung steht“, erklärt Reupert. Um hier einen Anstoß zur Veränderung zu geben, weist Biomare seinen eigenen Klimafußabdruck umgerechnet auf das verkaufte Kilogramm Produkt aus.

„Klimaschutz ist das alles entscheidende Zukunftsthema“

Die eigene Klimabilanz genau anzusehen, das hat sich Malte Reupert zur dauerhaften Aufgabe gemacht. Er erstellt jährlich eine THG-Berechnung und setzt sich neue Einsparziele. Mit seinen drei Märkten kommt er auf 145 Tonnen CO₂ im Jahr. Weil in den Märkten bereits energieeffiziente Technik verbaut wurde, analysiert der Händler auch andere Emissionsquellen – etwa die Mitarbeitermobilität. Deswegen wurde ein Jobticket für Mitarbeitende sowie ein Zuschuss für das Jobrad-Leasing eingeführt.

Nicht nur die Klimaauswirkungen am eigenen Standort stehen auf der Agenda. In Gesprächen mit Lieferanten wird nach klimafreundlichen Lösungen gesucht. Langfristige und verlässliche Kooperationen mit über-/regionalen Bio-Herstellern und -Lieferanten, sollen für faires Handeln sorgen und auch kleineren Höfen und Betrieben ein würdiges Dasein und die Mitgestaltung nachhaltiger Lebens- und Wirtschaftsweisen möglich machen.

Eigenes Nachhaltigkeits-Label geplant

„Klimaschutz ist das alles entscheidende Zukunftsthema. Wenn wir das nicht lösen, dann ist alles andere egal“, erklärt der Biohändler. „Wir sind alle Teil der Veränderung, die es für einen Wandel braucht. Wir können die Verantwortung dafür nicht bei anderen suchen, sondern müssen bei uns selbst anfangen.“

In Zeiten des Greenwashings ist für Malte Reupert ein komplett biologisch erzeugtes Warensortiment sowie die Auswahl der Lieferanten nach ökologischen Kriterien besonders wichtig. Für die Zukunft hat er sich noch viel mehr vorgenommen: Gemeinsam mit Händlern und Lieferanten arbeitet er an der Weiterentwicklung eines Qualitätsstandards, dass die Kriterien „Bio“, öko und klimaneutral zusammenfasst.

Pressekontakt:

Jelena Nikolic
Projektleitung Klimaschutzoffensive des Handels

Handelsverband Deutschland e. V. – HDE

E-Mail: nikolic@hde.de

Tel.: 030 – 7262 – 5068

Über die Klimaschutzoffensive des Handels

Die Klimaschutzoffensive des Handels richtet sich an kleine und mittelständische Einzelhändler:innen und vermittelt praxisnahes Wissen über Energieeinsparmöglichkeiten und Klimaschutzmaßnahmen. Gleichzeitig unterstützt die Informationskampagne des Handelsverbands Deutschland e. V. (HDE) Handelsbetriebe dabei, Effizienz- und Klimaschutzmaßnahmen umzusetzen und trägt so zu einer langfristigen Reduzierung von Energiekosten und CO₂-Emissionen bei. Anhand von Praxisbeispielen aus dem Handel, einem umfangreichen Angebot an handelsspezifischen Informationen auf der Webseite, Online- und Präsenzveranstaltungen sowie einer flankierenden Kommunikationskampagne zeigt das Vorhaben auf, wie ein klimafreundlich wirtschaftender Einzelhandel gelingen kann.

Die Klimaschutzoffensive wird seit 2017 durch die Nationale Klimaschutzinitiative (NKI) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) gefördert.

Webseite: www.HDE-Klimaschutz.de