



Ambitioniertes Klimaschutzziel:

Tchibo will CO₂-Ausstoß bis 2030 halbieren

- Tchibo will seine CO₂-Emissionen im Vergleich zu 2018 um 51 % senken
- Mit diesem ehrgeizigen Vorhaben leistet das Unternehmen seinen Beitrag für das Ziel, die Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen

Hamburg, 29. Mai 2020 – Die Klimaforschung sagt es deutlich: Um die schlimmsten Auswirkungen des Klimawandels zu verhindern, muss die Erderwärmung auf 1,5 Grad begrenzt werden. Bei der aktuellen CO₂-Ausstoßrate ist das globale CO₂-Budget hierfür in 7 Jahren aufgebraucht.

Es ist höchste Zeit, die Anstrengungen für mehr Klimaschutz zu erhöhen. Tchibo unterstützt deshalb die Forderungen gegenüber der Bundesregierung, das post-Covid 19-Wirtschaftsaufbauprogramm klimafreundlich auszurichten. Zudem hat Tchibo sein langjähriges Klimaschutzprogramm überarbeitet und ein neues Ziel gesetzt: Das Hamburger Unternehmen will seinen CO₂-Fußabdruck bis 2030 im Vergleich zu 2018 um mehr als die Hälfte reduzieren. Es leistet damit seinen Anteil, die Klimaerwärmung um 1,5 Grad zu begrenzen. Dieses folgt den strengen Vorgaben der Science Based Targets* Initiative von CDP, UN Global Compact, World Resources Institute und dem WWF, zu denen sich Tchibo im Mai schriftlich verpflichtet hat.

Das umfangreiche Maßnahmenpaket sieht vor, den Energieverbrauch an den eigenen Standorten weiter zu senken, die Nutzung erneuerbarer Energien zu intensivieren und Emissionen in den globalen Lieferketten gezielt zu reduzieren.

Neue Röster für Kaffee-Rösterei

Konkret werden alle Auslandsstandorte auf Ökostrom umgestellt – in Deutschland ist dies bereits seit 2008 der Fall. Mit einer 20-Millionen-Euro-Investition werden bis 2022 zudem vier hocheffiziente Röster in Hamburg in



Betrieb genommen. Die Röstereien sind in der Klimabilanz 2018 für rund 60 % der von Tchibo verursachten CO₂-Emissionen verantwortlich. Geplant ist auch, den Fuhrpark auf Elektromobilität umzustellen.

Herausfordernd: Gute Klimabilanz in der Lieferkette

Auch bei seinen Lieferanten strebt Tchibo Emissionsreduzierungen an. Die Tchibo Klimabilanz 2018 zeigt, dass das Handelsunternehmen direkt, d.h. an den eigenen Standorten, für 41 Tausend Tonnen CO₂ verantwortlich ist. 23 Mal höher sind die CO₂-Emissionen, die bei Tchibo indirekt in den Lieferketten durch die eingekauften Waren und Dienstleistungen entstehen. „Dieses Verhältnis ist bei Handelsunternehmen üblich. Eine Reduktion der Emissionen im Anbau und in der Produktion ist im Vergleich zu den eigenen Standorten herausfordernder, da unser Einfluss geringer ist. Aber auch hier möchten wir 15 % CO₂ einsparen“, so Nanda Bergstein, Director Corporate Responsibility bei Tchibo.

Erreicht werden soll das ehrgeizige Ziel, indem der Sortimentsanteil und dadurch der Bezug von nachhaltigen Rohstoffe gesteigert wird: Durch recycelte Kunststoffe, Biobaumwolle und nachhaltigen Kaffee. Auch in den Non Food Fabriken soll der Einsatz erneuerbarer Energien gefördert und die Produktion effizienter werden. Im Rahmen der UN Fashion Industry Charta for Climate Action, der das Unternehmen jüngst beigetreten ist, will Tchibo gemeinsam mit 100 Textilunternehmen erreichen, dass die Textilwirtschaft bis 2050 klimaneutral arbeitet.

Viel erreicht

Klimaschutz ist nicht neu für Tchibo. Bereits seit 2006 engagiert sich das Unternehmen mit Erfolg: Bis 2012 wurden die transportbedingten Emissionen um über 30 % reduziert. Dafür wurde Tchibo 2013 mit dem Nachhaltigkeitspreis Logistik und 2019 mit dem Lean & Green 1st Star für weitere CO₂-Reduktion ausgezeichnet. Im Rahmen der Initiative coffee & climate unterstützt Tchibo seit 2010 Kaffee-Farmer bei der Anpassung an den Klimawandel. Ca. 30% der Tchibo Kaffees stammen aus Zertifizierungen, die



den nachhaltigeren Anbau fördern; die übrigen Kaffees werden in den nächsten 5 Jahren mit Biodiversitäts- und Klimaschutzprogrammen integriert.

Mit einem Anteil von 86 % gehört Tchibo zu den größten Anbietern von Bio-Baumwollprodukten weltweit. „Seitdem wir 2007 unser Klimaschutzprogramm aufgesetzt haben, konnten wir viele klimafreundliche Projekte auf den Weg bringen. Unser neues, ambitionierteres Klimaschutzziel bekräftigt unseren Anspruch: Wir möchten Kunden einen nachhaltigeren Konsum ermöglichen und dazu beitragen, das Klima und endliche Ressourcen zu schonen“, so Nanda Bergstein.

Weitere Informationen für Journalisten:

Sandra Coy, Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 - 2818

E-Mail: sandra.coy@tchibo.de

***Über die Science Based Targets initiative (SBTi):**

Die Science Based Targets initiative (SBTi) wurde 2015 von den Non-Profit-Organisationen CDP (Carbon Disclosure Project), UN Global Compact, World Resources Institute und dem World Wide Fund for Nature (WWF) ins Leben gerufen. Sie setzt sich dafür ein, dass die Wirtschaft ihren Beitrag zu den in Paris verabschiedeten Klimazielen leistet und eine entscheidende Rolle bei der Senkung der globalen Treibhausgasemissionen spielt. Hierfür definiert und fördert die Initiative Best Practice-Ansätze für eine wissenschaftsbasierte Klimazielsetzung. Aktuell beteiligen sich rund 750 Unternehmen an der Initiative. Über 300 davon haben bereits ein bestätigtes Klimaziel. Weitere Informationen unter www.sciencebasedtargets.org

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo knapp 1.000 Filialen, über 24.300 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Über dieses Multichannel-Vertriebssystem bietet das Unternehmen neben Kaffee und den Einzelportionssystemen Cafissimo und Qbo die wöchentlich wechselnden Non Food Sortimente und Dienstleistungen, wie Reisen oder Mobilfunk, an. Tchibo erzielte 2018 mit international rund 11.800 Mitarbeitern 3,15 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Tschechien und Ungarn und gehört zu den führenden E-Commerce-Firmen in Europa.

Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen mehrfach ausgezeichnet: 2012 mit dem Preis für Unternehmensethik und dem Umweltpreis Logistik sowie 2013 mit den CSR-Preisen der Bundesregierung und der EU. 2016 wurde Tchibo als nachhaltigstes Großunternehmen Deutschlands ausgezeichnet.