

## Laudatio Rewe Green Building

von Winfried Lambertz, EHI Retail Institute

Meine Damen und Herren,

immer mehr Handelsunternehmen rücken das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus ihrer Unternehmensstrategie. Mit dem Angebot von ökologisch und regional erzeugten Produkten nimmt der Lebensmittelhandel hier eine Vorreiterrolle ein. Dabei sind es längst nicht mehr nur die auf Bioprodukte spezialisierten Läden, die dieses Marktsegment bedienen, sondern praktisch alle großen Lebensmittelketten haben Bio- oder Fair-Trade-Produkte in ihrem Sortiment. Eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Sortimentspolitik ist aber nur die eine Seite der Medaille. Nachhaltigkeit im Sinne eines ganzheitlich-strategischen Ansatzes bedeutet mehr: unter anderem auch die Verwendung umweltverträglicher, natürlicher Materialien in Ladenbau und Ladenausstattung sowie der verantwortungsbewusste Umgang mit Energieressourcen für Ladenbeleuchtung, Kühlung und Klimatisierung der Supermärkte.

Praktisch alle großen Filialisten des Lebensmittelhandels sammeln derzeit Erfahrungen mit ökologischen Bauweisen und energiesparenden Technologien. Ein Merkmal dieser Nachhaltigkeitsprojekte ist, dass bislang ganz überwiegend nur Teilaspekte umgesetzt wurden wie beispielsweise Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz oder die Verwendung klimafreundlicher Kältemittel. Rewe Green Building hingegen basiert auf einem ganzheitlichen Ansatz: Ein umweltverträgliches Gesamtkonzept, bestehend aus der Nutzung des nachwachsenden und wiederverwertbaren Rohstoffes Holz, der sichtbaren Verwendung nachhaltiger und schadstoffarmer Baustoffe, energieeffizienter Technologien und der Nutzung regenerativer Energien. Rewe Green Building folgt keiner kurzfristig-eindimensionalen, auf reine Kostenreduzierung ausgerichteten Sichtweise, sondern es ist klar die Strategie erkennbar, nachhaltiges Engagement langfristig und glaubwürdig in der Unternehmensstrategie zu verankern. Darüber hinaus liefert der Rewe-Supermarkt den Beweis, dass sich gutes Store-Design und nachhaltiger Ladenbau nicht ausschließen. Inspiriert von traditionellen Markthallen wurde eine moderne Architektur geschaffen, die Tageslicht nutzt sowie Großzügigkeit und Offenheit vermittelt.

Meine Damen und Herren, die Jury hatte gerade in der Kategorie Food eine Vielzahl von Einreichungen zu bewerten, darunter viele hochkarätige Konzepte, die es allesamt verdient hätten, heute Abend an dieser Stelle gewürdigt zu werden. Alle drei Nominierte dürfen sich daher als *Sieger* sehen, nicht nur Rewe, sondern auch Daylesford Organic ebenso wie Zurheide

Feine Kost. Beide Konzepte sind auf ihre Art einzigartig in puncto Sortimentsstrategie, Wareninszenierung und Einkaufsatmosphäre.

Ausschlaggebend für die Jury, den ersten Platz an Green Building zu vergeben, ist das umweltverträgliche Gesamtkonzept. Rewe ist es gelungen, Nachhaltigkeit in die moderne Welt der Supermärkte zu übertragen und diesen Nachhaltigkeitsanspruch für Verbraucher und Mitarbeiter erlebbar und nachvollziehbar zu machen. Daher gebührt Rewe Green Building die Auszeichnung „Store of the Year“ in der Kategorie Food. Herzlichen Glückwunsch!