

REWE GROUP

Domstraße 20
50668 Köln
www.rewe-group.com

ANSPRECHPARTNER

Nicola Tanaskovic
Leitung Corp. Responsibility
Tel +49 (0)221 / 1 49 17 91
nachhaltigkeit@rewe-group.com

B.A.U.M.-MITGLIED SEIT 2011

**BRANCHE**

Handel und Touristik

BESCHÄFTIGTE

326.500

FIRMENPROFIL

Mit einem Umsatz von 52,4 Milliarden Euro und Aktivitäten in 12 Ländern ist die REWE Group einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Europa. Die Vertriebsformate reichen dabei von Supermärkten und Discountern über Fachmärkte bis zu Reisebüros und Reiseveranstaltern.

NACHHALTIGKEIT BEI DER REWE GROUP

Das Thema Nachhaltigkeit wird auf oberster Unternehmensebene verantwortet und gesteuert. Operativ umgesetzt werden die Aktivitäten in den vier Nachhaltigkeitssäulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter“ und „Gesellschaftliches Engagement“. Dabei trägt die Einbindung der Stakeholder durch persönliche Gespräche bis hin zu mehreren themenbezogenen Dialogforen der REWE Group wesentlich zum Erfolg der Aktivitäten bei.

NACHHALTIGERER KONSUM

Nachhaltigeren Konsum in der Breite zu etablieren, steht für die REWE Group im Fokus. Daraus ergibt sich der Anspruch, nicht nur das nachhaltigere Angebot aus z.B. regionalen oder Bio-Produkten stetig auszubauen, sondern auch neue innovative Ansätze umzusetzen:

- PRO PLANET ist das Nachhaltigkeitslabel der REWE Group für konventionelle Produkte. Gemeinsam mit Experten und NGOs wird der gesamte Lebenszyklus eines Produktes unter ökologischen und sozialen Aspekten analysiert. Kritische Hot Spots werden identifiziert, anschließend verringert oder bestenfalls ganz aufgelöst.
- Die Umsetzung warengruppenspezifischer Leitlinien (z.B. Palmöl, Kakao, Soja und Wildfisch) steigert das Angebot von Eigenmarkenprodukten mit nachhaltigeren Rohstoffen.
- Durch gemeinsam mit ausgewählten Industriepartnern durchgeführte Nachhaltigkeitswochen wer-

den Verbraucher sowie Mitarbeiter für das Thema Nachhaltigkeit begeistert und die Aufmerksamkeit für nachhaltigere Produkte gesteigert.

KLIMASCHUTZ

Die REWE Group hat sich 2013 ein neues ambitioniertes Klimaziel gesetzt: Bis 2022 sollen die spezifischen Treibhausgasemissionen pro Quadratmeter Verkaufsfläche im Vergleich zu 2006 halbiert werden. Zwei Faktoren tragen wesentlich zur Zielerreichung bei:

- Erhöhung der Energieeffizienz
- Einsatz von 100 Prozent zertifiziertem Grünstrom in bundesweit über 6.000 Märkten und Lagern

Dazu setzen neben REWE auch PENNY und toom Baumarkt Green Building Konzepte nach dem Standard der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB e.V.) um. Mittlerweile zählt die REWE Group rund 50 Green Buildings nach DGNB Standard, mehr als 90 weitere sind bereits in Arbeit.

ERHALTENE AUSZEICHNUNGEN

- Deutscher CSR-Preis 2016: Kategorie „Vorbildliche Kooperation eines Unternehmens mit NGOs/NPOs“ für sein PRO PLANET-Apfelprojekt mit dem NABU (Naturschutzbund Deutschland e.V.).
- REWE, PENNY und toom Baumarkt werden von der Verbraucher Initiative e.V. nach 2011 auch 2015 mit der Gold-Medaille als „Nachhaltige Einzelhandelsunternehmen 2015“ ausgezeichnet.
- Fairtrade Award 2014: REWE Group belegt den ersten Platz in der Kategorie „Handel“.
- Die DGNB e.V. zeichnet 2014 den deutschlandweit ersten Discount-Markt mit einem Gold-Zertifikat aus.
- REWE erhält 2012 von der DGNB e.V. als erstes deutsches Handelsunternehmen das Mehrfachzertifikat (MNHA12).
- Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2010: „Deutschlands nachhaltigste Initiative“ (PRO PLANET-Label).