

# Nachhaltig- keitsbericht

---

REWE Group in Österreich 2020



# Inhalt



Vorwort.....	4
<b>MANAGEMENT</b> .....	5
Unternehmensporträt .....	6
Mitarbeiterstruktur .....	10
Lieferkette.....	11
Risikomanagement.....	11
Brancheninitiativen und Mitgliedschaften .....	12
Grundsätze und Leitlinien .....	14
Nachhaltigkeitsstrategie.....	16
Stakeholderdialog.....	19
Wesentlichkeitsanalyse.....	22
Berichtsprofil.....	25
Wirtschaftliche Leistung .....	29
Compliance .....	31
Zusammenarbeit mit Politik .....	34
Datenschutz.....	35
<b>GRÜNE PRODUKTE</b> .....	37
Produktbezogene Risikoanalysen.....	42
Regionalität .....	43
Fokusrohstoffe – Food .....	45
Fokusrohstoffe – Non-Food.....	48
Bio .....	50
Verpackungen .....	52
Biodiversität .....	54



# Inhalt

Ökologische Aspekte in der Lieferkette.....	56
Soziale Aspekte in der Lieferkette .....	60
Kundengesundheit und Produktsicherheit .....	64
Nachhaltigen Konsum fördern .....	67
Tierwohl .....	70
Kinder- und Zwangsarbeit.....	73
Ernährung .....	75
<b>ENERGIE, KLIMA UND UMWELT .....</b>	<b>77</b>
Materialien.....	80
Energie.....	82
Wasser .....	87
Klimaschutz .....	88
Abfall .....	93
<b>MITARBEITER:INNEN .....</b>	<b>95</b>
Beschäftigung .....	98
Arbeitnehmer- Arbeitgeber-Verhältnis .....	102
Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement .....	103
Aus- und Weiterbildung.....	107
Vielfalt und Chancengleichheit.....	110
Gleichbehandlung .....	114
<b>GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT .....</b>	<b>115</b>
Projekte und Förderungen.....	117
Kinderschutz .....	122



# Vorwort

## Nachhaltiges Wirtschaften

Die Rewe Group in Österreich setzt sich in allen Unternehmensbereichen seit vielen Jahren für Nachhaltigkeit ein – mit vier Handlungsfeldern: „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, unsere „Mitarbeiter:innen“ und unser „Gesellschaftliches Engagement“. Wir sind überzeugt davon, dass nachhaltiges Wirtschaften und die Berücksichtigung ökologischer und gesamtgesellschaftlicher Aspekte die Voraussetzungen für den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens sind.

Während der Corona-Pandemie hat sich jetzt viel verändert - auch die Bedürfnisse unserer Kund:innen. Österreich im Sortiment, Bio und Regionalität mit kurzen Transportwegen sind unseren Kunden:innen wichtiger geworden. Das bestätigt unseren Weg, den wir schon seit vielen Jahren gehen. Wir haben in wesentlichen Warengruppen 100 Prozent Österreich im Sortiment, bei BILLA seit 2020 als einziger heimischer Lebensmittelhändler 100 Prozent Frischfleisch aus Österreich. Das trägt nicht nur zur Stärkung der heimischen Landwirtschaft bei, sondern ist vor allem ein wichtiger Impuls für die österreichischen Hühner- und Puten-Produzenten mit ihren im europäischen Vergleich hohen Tierwohlstandards.

Dass Tierwohl uns ein wichtiges Anliegen ist, beweisen wir mit unserer Bio-Erfolgsmarke „Ja! Natürlich“, deren Standards noch über den gesetzlichen Regelungen liegen, und unserer Initiative „Fair zum Tier“, wo wir 2020 als nächstem Schritt die Standards bei Rind verbessert haben. Wir arbeiten laufend am weiteren Ausbau dieses Angebots, genauso wie an der Erweiterung unserer Sortimente mit lokalen, regionalen und Bio-Produkten. Und an nachhaltigen Verpackungslösungen wie der „Ja! Natürlich“ Mehrweg-Milchflasche, die wir im März 2020 in die Regale gebracht haben.

Das Corona-Jahr 2020 war aber vor allem für unsere Mitarbeiter:innen eine Kraftprobe. Neben der verantwortungsvollen Aufgabe die Versorgung der österreichischen Bevölkerung sicherzustellen, waren unsere Mitarbeiter:innen mit vielen Mehraufgaben betraut, wie der Umsetzung von Schutz- und Hygienemaßnahmen bis hin zur Deeskalation in Konfliktsituationen mit Kund:innen, die Masken verweigert haben. Das hat trotz der vom Unternehmen bereitgestellten Beratungsmöglichkeiten zu hoher Belastung geführt. Für

dieses außergewöhnliche Engagement für unsere Kund:innen möchte ich mich bei allen Mitarbeiter:innen nochmals sehr herzlich bedanken.

Alle Informationen und Details zu unseren Nachhaltigkeitsaktivitäten und -projekten, der Entwicklung unserer Initiativen und von langjährigen sozialen Projekten wie „Lernen macht Schule“ finden Sie in diesem Bericht.



Ihr

Marcel Haraszi  
Vorstand REWE International AG

# Vorwort

## Nachhaltiges Wirtschaften

Das „Corona-Jahr 2020“ war ein ganz besonders Jahr. Auch für die Nachhaltigkeit. Weltweit wurden erstmals weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen freigesetzt gegenüber den Vorjahren. Leider unfreiwillig und mit teilweise negativen wirtschaftlichen Auswirkungen, bedingt durch den monatelangen Stillstand von Produktionsbetrieben.

Freiwillig, langfristig geplant und verbunden mit wirtschaftlichen Wachstum konnte die REWE Group in Deutschland und Österreich ihr 2009 gesetztes Klimaziel 2020 vorzeitig erreichen: -50 % CO<sub>2</sub>-Treibhausgasemissionen (CO<sub>2</sub>-Äquivalente) bezogen auf die Verkaufsfläche. Das ist weniger den Umständen geschuldet, sondern kommt aus der langjährigen Nutzung von österreichischem Grünstrom, der Umsetzung von Effizienzmaßnahmen und Umstellungen auf umweltfreundlichere Wärme- und Kältengewinnung in den Märkten.

Ein toller Erfolg. Doch jetzt geht's erst richtig los. Die REWE Group hat 2021 das „Race to Net-Zero Emission“ eröffnet: Bis 2040 wird die REWE Group nicht nur in Österreich, sondern auch in allen anderen „REWE-Ländern“ klimaneutral wirtschaften. Dabei steht die Reduktion im Vordergrund bevor man die unvermeidlichen CO<sub>2</sub> Emissionen über Zertifikate - verbunden mit streng kontrollierten Klimaprojekte - kompensiert. Und um den Weg klar zu machen, wird der Ressourcenverbrauch der REWE GROUP bis 2030 um 30% reduziert.

Angesichts des Wachstumskurses, den wir verfolgen, stellt das ein ambitioniertes Ziel dar. Um es zu erreichen, müssen alle Bereiche mitarbeiten und den Verbrauch von Strom, Gas, Treibstoff, u.a. verringern. Und wir müssen auch dort stärker ansetzen, wo wir bisher noch nicht mit der Klimabrille draufgeschaut haben: bei der Verringerung von Lebensmittelabfällen und Verpackungen, dem Einsatz von Dünger und Pestiziden bei unseren Produzenten, bei der industrialisierten Fleischproduktion, bei Naturschutzprojekte mit einem positiven Klimabeitrag, u.ä..

Leicht wird es nicht. Aber das war noch nie ein Grund für uns, etwas nicht zu tun. Oder?



Ihre

Tanja Dietrich-Hübner

Leitung Nachhaltigkeit REWE International AG

# Management





# Unternehmensporträt

## UNTERNEHMENSSTRUKTUR

### Name der Organisation

GRI 102-1

### Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen

GRI 102-2

### Hauptsitz der Organisation

GRI 102-3

### Eigentumsverhältnisse und Rechtsform

GRI 102-5

Die REWE International AG ist mit insgesamt 2.574 Filialen ihrer Handelsfirmen BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG und mit 46.566 Mitarbeiter:innen einer der größten Arbeitgeber Österreichs. Mit rund 1,9 Millionen Kund:innenkontakten täglich erreicht das Unternehmen mehr Menschen als jedes andere heimische Unternehmen.

2020 betrieb das Unternehmen mit der Organisationseinheit Handel International mit Hauptsitz in Wiener Neudorf rund 4.480 Filialen in 10 Ländern mit rund 94.734 Beschäftigten. In Österreich erwirtschaftete das Unternehmen einen Bruttoumsatz von 9,07 Milliarden Euro.

Über BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG vertreibt die REWE Group in Österreich an die 60 Eigenmarken wie „Ja! Natürlich“ (Biomarke), „clever“ (Diskontmarke), „Simply Good“ (gekühlte Convenience-Produkte), BILLA, „Wegenstein“ (Wein), „Vegavita“ (vegane Produkte) oder „bi good“ (grüne Eigenmarke von BIPA). Auch am österreichischen Touristikmarkt ist der Handelskonzern mit ITS BILLA Reisen, JAHN REISEN, MERKUR Ihr Urlaub und PENNY PACK'N'GO aktiv. Vom Geschäftssitz der REWE International AG in Wiener Neudorf wird nicht nur das Geschäft in Österreich, sondern auch

der internationale Lebensmittelhandel der gesamten REWE Group gesteuert. Zu den Vertriebslinien außerhalb Österreichs zählen BILLA in Bulgarien, Russland, der Slowakei und Tschechien, der Diskonter PENNY in Italien, Rumänien, Tschechien und Ungarn, der Drogeriefachhändler BIPA in Kroatien und seit 2018 der Lebensmittelhändler IKI in Litauen.

Die REWE International AG ist eine Aktiengesellschaft. Sie ist Teil der deutschen REWE Group, eine genossenschaftlich international tätige Unternehmensgruppe im Handels- und Touristikbereich. Die REWE International AG wird von sechs gleichberechtigten Bereichsvorständen geführt, die direkt an Jan Kunath, stv. Vorstandsvorsitzender und zuständig für das internationale Geschäft der REWE Group, berichten. Der Vorstand der REWE International AG besteht aus Marcel Haraszti, Michael Jäger, Janusz Kulik, Christoph Matschke und Franz Nebel.





# Unternehmensporträt

## MÄRKTE UND LÄNDER MIT GESCHÄFTSTÄTIGKEITSSCHWERPUNKT

**Betriebsstätten**  
GRI 102-4

**Belieferte Märkte**  
GRI 102-6

**Größe der Organisation**  
GRI 102-7

**Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette**  
GRI 102-10

Seit fast 30 Jahren ist die REWE International AG neben dem Heimmarkt Österreich auch in Zentral- und Osteuropa erfolgreich. Auch in den Auslandsmärkten ist das Ziel der Handelsfirmen, zu den Top-Marktteilnehmern zu gehören und als Teil der lokalen Wirtschaft in den Regionen verankert zu sein. Dabei setzt die REWE International AG bei den Produkten wie in Österreich auf Top-Frische, höchstmögliche Qualität und Regionalität, wo immer es geht. Unter den Geschäftsbereich Großhandel der REWE Group in Österreich fällt der Cash & Carry-Anbieter AGM sowie die Belieferung der selbstständigen ADEG-Kaufleute, der „BILLA stop & shop“ Geschäfte an JET-Tankstellen, der „BILLA Unterwegs“ Geschäfte an Shell Tankstellen, der „MERKUR inside“ Shops an BP Tankstellen und des Vorarlberger Lebensmittel- und Gastronomie-Unternehmens SUTTERLÜTY. Die REWE Group in Österreich betreibt eigene Medien, zu denen das Live-Einkaufsradio jö.live, der RG Verlag und das hauseigene Werbestudio Marian gehören. Daneben gibt es Kundenmagazine wie „frisch gekocht“ (BILLA), „Friends of Merkur“ und „Land und Leute“ (ADEG). Die Transportwirtschaft und Logistik wird über das Tochterunternehmen REWE International Lager- und Transport GmbH abgewickelt, die die Zulieferung an die Filialen über die Zentrallager in Wiener Neudorf und Ohlsdorf sowie weitere Regionallager organisiert. Die Dienstleistungsbereiche unterstützen den täglichen Betrieb der Handelsfirmen. Dazu gehören die Bereiche Controlling, Strategische Planung, Mergers & Acquisitions, Expansion, die technische Abteilung, Finanzen, Rechnungswesen, IT, Recht, Unternehmenssicherheit, das Immobilienbestandsmanagement, die Revision, die Bereiche Nachhaltigkeit und Personal/Personalentwicklung sowie die Unternehmenskommunikation. Eine große Veränderung im Berichtsjahr stellt die Zusammenlegung von BILLA und MERKUR sowie die Schaffung von 7 Regionalzentralen dar. Seit Mitte des Jahres wird die BILLA AG von einem fünfköpfigen Vorstand geleitet. Gleichzeitig wurde PENNY als eigene rechtliche Einheit aus der BILLA AG herausgelöst.

## Unternehmenszahlen der REWE Group in Österreich<sup>1</sup>

	2019	2020	VERÄNDERUNG
<b>Brutto-Umsatz (Mrd. Euro)</b>	<b>8,74</b>	<b>9,07</b>	<b>3,76%</b>
Lebensmittelhandel (Mrd. Euro) <sup>2</sup>	7,90	8,29	4,91%
Drogeriefachhandel (Mrd. Euro) <sup>3</sup>	0,73	0,75	2,28%
Touristik (Mrd. Euro) <sup>4</sup>	0,11	0,03	-73,00%
<b>Mitarbeiter:innen (per 31.12.)<sup>5</sup></b>	<b>44.735</b>	<b>46.566</b>	<b>1.831</b>
<b>Anzahl der Standorte (per 31.12.)</b>	<b>2.574</b>	<b>2.574</b>	<b>0</b>
Lebensmittelhandel	1.987	1.990	3
Drogeriefachhandel	587	584	-3

<sup>1</sup> Umfasst gesamte Geschäftstätigkeit der REWE Group am österreichischen Markt

<sup>2</sup> Lebensmittelhandel inkludiert die Vertriebsstrukturen BILLA, MERKUR, PENNY und ADEG inklusive Großhandel

<sup>3</sup> Drogeriefachhandel repräsentiert durch BIPA

<sup>4</sup> Touristik: Besteht aus der Gesellschaft REWE Austria Touristik – dazu gehören Jahn Reisen, ITS BILLA Reisen sowie Transair (MERKUR Ihr Urlaub, PENNY PACK'N'GO und BILLA-Vorteilsreisen)

<sup>5</sup> Ohne Mitarbeiter:innen der ADEG Kaufleute. Mitarbeiter:innen sind sowohl Vollzeit- als auch Teilzeitkräfte (somit gezählte Köpfe)

## Filialanzahl der REWE Group in Österreich 2020

<b>BILLA</b>	1.110
<b>MERKUR</b>	143
<b>PENNY</b>	302
<b>BIPA</b>	584
<b>ADEG</b>	375



## REWE INTERNATIONAL AG

### MARKEN & BETRIEBE

#### EIGENMARKEN

clever, Ja! Natürlich, BILLA, MERKUR, Vega Vita, Chef Menü, Hofstädter, Look by BIPA, bi good, iQ Cosmetics, u.v.m.



#### MEDIEN

RADIO MAX, REWE Group Verlag



#### WEINKELLEREI WEGENSTEIN



#### FLEISCHVERARBEITUNG



#### TOURISTIK

JAHN Reisen, ITS BILLA Reisen, u.v.m.



#### GENUSSKÜCHE

### HANDELSFIRMEN

#### BILLA



#### MERKUR



#### PENNY



#### BIPA



#### ADEG & AGM



### DIENSTLEISTER

#### LAGER



#### TRANSPORT



#### ZENTRALEINKAUF



#### ORGANISATION

Personal, Qualitäts-management, Finanzen, IT, Technik, Expansion u.v.m.



#### INHOUSE-AGENTUR

**marian**

Die Inhouse-Agentur der REWE Group

#### RIAG.DIGITAL

RIAG.DIGITAL 

### AUSLANDSGESCHÄFT

BILLA Bulgarien, BILLA Russland, BILLA Slowakei, BILLA Tschechien, BIPA Kroatien, IKI Litauen, PENNY Italien, PENNY Rumänien, PENNY Tschechien, PENNY Ungarn



# Mitarbeiterstruktur

## INFORMATIONEN ZU ANGESTELLTEN UND SONSTIGEN MITARBEITER:INNEN

### GRI 102-8

Die Gesamtzahl der Beschäftigten der REWE Group in Österreich stieg von 44.735 (2019) auf 46.566 (2020). Insgesamt beschäftigt der Handel International (von Wr. Neudorf aus gesteuertes internationales Handelsgeschäft der REWE Group repräsentiert durch PENNY International, Vollsortiment CEE und Vollsortiment Österreich) europaweit 94.734 Mitarbeiter:innen. Nicht im Geltungsbereich enthalten sind die selbständigen Kaufleute mit Ihren Mitarbeiter:innen von ADEG und Sutterlüty. Rund 2.000 Lehrlinge wurden 2020 in den Handelsfirmen und Zentralbereichen ausgebildet. Damit hat sich die Anzahl in den letzten 10 Jahren um fast 50 Prozent gesteigert. Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten (ohne geringfügig Beschäftigte und Lehrlinge) lag im Berichtszeitraum wie auch in den Vorjahren bei rund 45 Prozent. Der Anteil der unbefristeten Beschäftigten betrug 2020 über 91 Prozent.

### Mitarbeiter:innen der REWE Group in Österreich nach unbefristeten Arbeitsverträgen nach Geschlecht

	2018	2019	2020
<b>Weiblich</b>	90,7	91,7	91,2
<b>Männlich</b>	89,6	90,1	90,2
<b>Gesamt</b>	90,4	91,3	90,9

### Mitarbeiter:innen der REWE Group in Österreich nach Teilzeitbeschäftigungsart und Geschlecht

	2018	2019	2020
<b>Weiblich</b>	57,6	56,9	56,5
<b>Männlich</b>	12,5	12,9	13,9
<b>Gesamt</b>	45,9	45,4	45,2

## TARIFVERTRÄGE

### GRI 102-41

Zum Selbstverständnis der REWE Group in Österreich gehört, dass alle Arbeitsverträge der Mitarbeiter:innen kollektivvertraglichen Regelungen unterliegen. Die kollektivvertragliche Überzahlung betrug 2020 durchschnittlich 10,6 Prozent. Darüber hinaus bietet die REWE Group in Österreich eine große Bandbreite an sozialen Leistungen, welche die Mitarbeiter:innen in allen Situationen des beruflichen und privaten Alltags unterstützen sollen. So erhalten die Mitarbeiter:innen auf jeden Einkauf einen Rabatt, der 2020 in Summe über 6,4 Millionen Euro betrug.

Seit 2010 wurde auch die Möglichkeit einer privaten Pensionsvorsorge institutionalisiert, die 2020 von über 2.200 Mitarbeiter:innen in Anspruch genommen wurde. Zudem werden den Mitarbeiter:innen im Zentralbereich und den Lägern von den jeweiligen Handelsfirmen Essenszuschüsse gewährt, die 2020 über 526.000 Euro ausmachten.



# Lieferkette & Risikomanagement

## LIEFERKETTE

### GRI 102-9

Als Handels- und Touristikunternehmen bezieht die REWE Group in Österreich ihre Produkte und Dienstleistungen über eine Vielzahl von Lieferanten und aus unterschiedlichsten Lieferketten. Besonderes Augenmerk legen wir dabei auf soziale und ökologische Aspekte - sowohl bei der Herstellung der Produkte für Eigenmarken als auch bei den Anforderungen an die Lieferanten. Die Berücksichtigung dieser Kriterien findet sich in der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group wieder, die 2011 veröffentlicht wurde. Auf Grundlage dieser Leitlinie wurden nachhaltigkeitsrelevante Mindeststandards für Eigenmarken festgelegt, die über den gesetzlichen Bestimmungen liegen. Weiterführende spezifische Leitlinien wurden seitdem für Palmöl- und Kakaoprodukte, Fische, Krebs- und Weichtiere, Tierwohl und Soja als Futtermittel erstellt.

**Eine Auswahl besonders relevanter Lieferketten finden Sie in diesem Nachhaltigkeitsbericht in folgenden Kapiteln:**

- Managementansatz
- Grüne Produkte
- Biodiversität
- Ökologische Aspekte der Lieferkette
- Produktbezogene Risikoanalysen
- Fokusrohstoffe – Food
- Fokusrohstoffe – Non-Food
- Soziale Aspekte in der Lieferkette
- Tierwohl

## RISIKOMANAGEMENT

### Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip

### GRI 102-11

Die REWE Group in Österreich arbeitet kontinuierlich daran, ihre Lieferketten sozial und ökologisch verträglicher zu gestalten. Dabei prüft sie die eigenen Leistungen und Fortschritte kontinuierlich. Zielkonflikte werden sowohl mit Expert:innen im eigenen Unternehmen als auch mit externen Anspruchsgruppen diskutiert.

Als international tätiges Handelsunternehmen ist die REWE Group in Österreich im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeiten unterschiedlichen wirtschaftlichen Risiken wie beispielsweise logistische Risiken, Preisentwicklung, Gesetze und Vorschriften mit zum Teil kurzen Reaktionszeiten ausgesetzt. Ein einheitliches Risikomanagement begegnet diesem Gefahrenpotenzial erfolgreich und sichert nachhaltig Chancen. Die Führungs- und Aufsichtsgremien werden halbjährlich über die aktuelle Risikolage in standardisierter Form unterrichtet. Hierzu melden die Risikoverantwortlichen über Inventuren stichtagsbezogen melderrelevante Einzelrisiken aus den Risikofeldern. Risiken mit ähnlichen Inhalten und Ursachen werden anschließend auf Ebene der Konzerne zu Risikoarten aggregiert und gemäß ihrem Bedrohungspotenzial für die Geschäftstätigkeit, Finanz- und Ertragslage, Cashflows sowie Reputation bezüglich der Konzernrelevanz als hoch, mittel oder gering klassifiziert. Für weitere Informationen zum Risikomanagement siehe auch den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2020, Seite 33–41.

### Analyse der sozialen und ökologischen Risiken in den Lieferketten

Um das Thema Nachhaltigkeit im Bereich der Lieferketten gezielt umzusetzen, arbeitet die der REWE Group in Österreich mit verschiedenen Analysemethoden. Der Prozess umfasst fünf Stufen: Managementsystem, Risikoanalyse, Strategie, Überprüfung und Berichterstattung. Zu weiterführenden Informationen zur Analyse der sozialen und ökologischen Risiken in den Lieferketten siehe Abschnitt Produktbezogene Risikoanalyse.

# Brancheninitiativen & Mitgliedschaften



## ÜBERBLICK ÜBER DIE MITGLIEDSCHAFTEN UND INITIATIVEN DER REWE GROUP IN ÖSTERREICH

### GRI 102-12, 102-13

Gemäß ihrer Überzeugung, Nachhaltigkeit auch im gesellschaftlichen Kontext zu fördern, unterstützt die REWE Group in Österreich zahlreiche Initiativen und Organisationen für nachhaltiges Handeln, Umwelt- und Tierschutz, bewusste Ernährung und vieles mehr. Für viele Nachhaltigkeitsherausforderungen braucht es Ansätze, die ganze Sektoren langfristig verändern. Aus diesem Grund engagieren wir uns in Brancheninitiativen und stoßen diese zum Teil selbst mit an. Ziel dieser Multi-Stakeholder-Ansätze ist es, durch Zusammenarbeit und Erfahrungsaustausch möglichst viele Akteure einzubinden und gemeinsam Ansätze für dauerhaft positive Entwicklungen zu finden.

### Die REWE Group in Österreich ist unter anderem in folgenden Initiativen aktiv:

#### ARGE GENTECHNIK-FREI

Die Arbeitsgemeinschaft für Gentechnik-frei erzeugte Lebensmittel ist eine unabhängige Plattform, getragen von Unternehmen aus dem Lebensmittelhandel, der Lebensmittelproduktion, der Futtermittelwirtschaft und der Landwirtschaft, sowie von Organisationen und Verbänden aus den Bereichen Umweltschutz, Konsumentenschutz, Landwirtschaft und Wissenschaft. Die ARGE Gentechnik-frei vergibt in Österreich seit 1997 das Kontrollzeichen „Ohne Gentechnik hergestellt“. Die Plattform vertritt rund 220 Betriebe, die das Kontrollzeichen führen. Die REWE Group in Österreich ist Mitbegründerin und hat ein Mandat im ehrenamtlich agierenden Vorstand der „ARGE Gentechnik-frei“.

#### ARGE NACHHALTIGKEITSAGENDA

Als Mitglied der ARGE Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen unterstützt die REWE Group in Österreich die Ziele der Arbeitsgemeinschaft. Die Ziele sind unter anderem die zu leistenden Informationsmaßnahmen der Nachhaltigkeitsagenda sowie Unternehmen durch Workshops bei der Umsetzung von Reduktionsmaßnahmen zu unterstützen. Im Rahmen der Zusatzvereinbarung zur Nachhaltigkeitsagen-

da für Getränkeverpackungen – deren Fortschreibung bis 2030 von den Akteuren (Lebensmittelhandel, Abfüller, Verpackungshersteller, Sammel- und Verwertungssysteme) 2017 unterzeichnet wurde – konnte die Mehrwegquote (ohne Fass und Container, mit Milch und Soda) 2020 mit rund 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr (19 Prozent) leicht erhöht werden (vgl. Nachhaltigkeitsagenda 2018 – 2030 der österreichischen Wirtschaft für Getränkeverpackungen, Monitoringbericht 2020).

#### COUNCIL NACHHALTIGE LOGISTIK (CNL)

Die REWE Group in Österreich ist Gründungsmitglied des CNL. Das CNL startete 2014 als Zusammenschluss von Firmen aus dem Logistiksektor mit dem Ziel verschiedene logistische und vor allem nachhaltige Projekte umzusetzen. Um eine unabhängige Führung zu gewährleisten, wurde die Organisation und Führung in die Hände des Zentrums für Globalen Wandel und Nachhaltigkeit an der Universität für Bodenkultur gelegt. Großer Schwerpunkt von Anfang an war die Transportlogistik. Durch die Mitglieder des CNL war es u.a. möglich, das Projekt E-LKW mit MAN zu starten.

#### DETOX-KAMPAGNE

Im Rahmen der Detox-Kampagne von Greenpeace haben sich die Unternehmen dazu verpflichtet, den Einsatz gefährlicher Chemikalien in der Textilproduktion zu reduzieren. Mit einem Fortschrittsbericht legen die Unternehmen ihre Entwicklungen und Daten offen. Die REWE Group in Österreich ist der Detox-Kampagne im Jahr 2014 beigetreten.

#### ECR AUSTRIA

ECR Austria hat sich seit der Gründung im Jahr 1996 zu einer der erfolgreichsten ECR-Initiativen Europas entwickelt. Die REWE Group in Österreich ist Gründungsmitglied und auch im ECR-Board vertreten. Gemeinsam soll im Rahmen von diversen Arbeitsgruppen die Optimierung von Prozessen entlang der Wertschöpfungskette gestaltet werden. Im Rahmen von ECR Austria arbeiten alle ECR Mitglieder in einer offenen und vertrauensvollen Atmosphäre zusammen, um die Effizienz der Versorgungskette zu verbessern und dem österreichischen Konsumenten ein Optimum an Servicequalität und Produktvielfalt bieten zu können.



## Brancheninitiativen & Mitgliedschaften

### HANDELSVERBAND

Der Handelsverband ist eine freie Interessenvertretung und als Innovationsplattform aktiv, um seine Mitglieder im Umfeld der sich verändernden Marktherausforderungen bestmöglich zu begleiten. Die REWE Group in Österreich ist seit 2016 Mitglied. Neben den klassischen Agenden einer Interessensvertretung bietet der Handelsverband auch regelmäßige Treffen zu Themen wie Umwelt, Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft an.

### KLIMA:AKTIV PAKT2020

Der klimaaktiv pakt2020 ist eine Private Public Partnership mit dem Nachhaltigkeitsministerium und 12 Großunternehmen mit dem Anliegen, im Rahmen des betrieblichen Klimaschutzes die österreichischen Klimaziele bis 2020 zu erreichen. Die REWE Group in Österreich ist der größte Teilnehmer und trägt entscheidend zum Erfolg des Paktes bei. In einem jährlichen Reporting werden die Fortschritte dargestellt.

### LAND SCHAFFT LEBEN E.V.

Der österreichische Verein hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Wert von österreichischen Lebensmitteln an Konsument:innen und Schüler:innen zu vermitteln. Über eine Webplattform werden umfangreiche Informationen, Bilder und Videos zur Produktion und Verarbeitung von Lebensmitteln veröffentlicht. Dabei wird eine realitätsnahe Darstellung angestrebt vor allem bei Themen wie Tierhaltung, Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und andere. Die REWE Group in Österreich gehört zu den Unterstützern der ersten Stunde und ist seit 2014 offizieller Förderer von „Land schafft Leben“.

### NATIONALPARK HOHE TAUERN

Die Bio-Eigenmarke „Ja! Natürlich“ kooperiert seit 1995 mit dem Nationalpark Hohe Tauern. Der Nationalpark Hohe Tauern vereinbart unberührte Natur, weite Almwiesen und wunderschönes Bergpanorama. Spaß und Action sowie Erholung und Entspannung werden geboten, wodurch diese Region zu einer der attraktivsten Urlaubsregionen Österreichs zählt. Neben der Vielfalt des Nationalparks sind auch der hohe Anteil an biologisch bewirtschafteten Flächen rund um den Nationalpark wichtig für die Kooperation. 52 Prozent der Fläche werden biologisch bewirtschaftet, weshalb dem Salzburger Land eine Vorreiterrolle in Europa zuteilwird.

### MYABILITY

myAbility ist ein Sozialunternehmen, das Unternehmen beim Aufbau eines erfolgreichen Disability Management unterstützt und somit die Inklusion von Menschen mit Behinderung als Mitarbeiter:innen und Kund:innen ermöglicht. Das Forum fördert den Wissensaustausch zu vielfältigen Themen mit anderen Unternehmen. Die REWE Group in Österreich ist seit 2015 Teil dieses Forums.

### RESPACT

respACT ist die führende Unternehmensplattform für verantwortungsvolles Wirtschaften in Österreich. Die Plattform informiert, vernetzt und treibt CSR in Österreich als Themenführer voran. Die REWE Group in Österreich ist seit 2009 unterstützendes Mitglied.



# Grundsätze & Leitlinien

## WERTE, GRUNDSÄTZE, STANDARDS UND VERHALTENSNORMEN

### GRI 102-16

Die REWE Group hat Grundwerte, Verhaltensnormen, die Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften sowie diverse rohstoffspezifische Leitlinien definiert, um verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und darüber hinaus in den Lieferketten zu verankern.

„Gemeinsam für ein besseres Leben!“ Das ist die Mission der REWE Group und ihrer Mitarbeiter:innen. Im Fokus des Handelns steht dabei die Vision der besten Lösung für Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Kaufleute.

### Die REWE Group tritt im Rahmen dieser Vision für sechs Grundwerte ein:

- handelt eigenverantwortlich im Sinne der Gemeinschaft.
- handelt für den Kunden. Das Unternehmen steht mitten im Markt.
- hat Mut für Neues. Stillstand ist Rückschritt.
- begegnet einander offen, mit Vertrauen und Respekt. Das Unternehmenswort gilt.
- findet die beste Lösung, entscheidet wohlüberlegt und handelt konsequent.
- ist sich seiner Verantwortung bewusst und handelt nachhaltig.

Die nachhaltige Ausrichtung ist ebenfalls im Leitbild verankert. Unter dem Grundwert „Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und handeln nachhaltig!“ manifestiert die REWE Group ihr Engagement für Gesellschaft und Umwelt. Basis des nachhaltigen Handelns in der REWE Group ist die Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften. Sie konkretisiert den Grundwert „Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und handeln nachhaltig!“ und dient damit als verbindliche Orientierung für Mitarbeiter:innen, Führungskräfte, Geschäftspartner und Lieferanten.

### Spezifische Leitlinien legen Standards fest

Ein wichtiges Instrument, um die Lieferketten kritischer Rohstoffe nachhaltiger zu gestalten, sind die Leitlinien der REWE Group in Österreich. Darin legt das Unternehmen Standards für den Bezug von Rohstoffen wie etwa Kakao, Palmöl oder Fisch fest und definiert einen Zeitraum, bis wann die Umstellung auf nachhaltigere Rohstoffe erfolgt sein muss.

### Folgende Leitlinien hat die REWE Group in Österreich bis Ende 2019 verabschiedet:

- Leitlinie für Fische, Krebs- und Weichtiere: Definiert Standards für Wildfisch und Fische aus Aquakultur, darunter anspruchsvolle Transparenzkriterien.
- Leitlinie für Kakaoerzeugnisse: Definiert Anforderungen für die Beschaffung von Kakao und erläutert die bereits erfolgte Umstellung auf zertifizierte Quellen.
- Positionspapier für umweltfreundlichere Verpackungen: Legt den Handlungsrahmen der REWE Group in Österreich fest, um Verpackungen der Eigenmarken umweltfreundlicher zu gestalten.
- Anforderungen an Umweltstandards der Lieferanten von Textilprodukten.
- Leitlinie für Palmöl- und Palmkernölerzeugnisse: Legt einen anspruchsvollen Umsetzungsfahrplan für die Umstellung auf nachhaltiges Palmöl fest und definiert Anforderungen, die über etablierte Standards hinausgehen.
- Leitlinie für Soja als Futtermittel: Formuliert als wesentliche Anforderung die Gentechnikfreiheit von importiertem Sojaschrot und die Prüfung von Substitutionsmöglichkeiten durch heimische Eiweißquellen.
- Leitlinie Tierwohl
- Positionspapier bewusste Ernährung, das die Überprüfung und gegebenenfalls Reduzierung des Zuckergehaltes in Eigenmarkenprodukten definiert.



# Grundsätze & Leitlinien

## VERFAHREN ZU BERATUNG UND BEDENKEN IN BEZUG AUF DIE ETHIK

### GRI 102-17

Nach der Einführung eines professionellen Antikorruptionssystems im Jahr 2007 hat sich die REWE Group im Jahr 2010 entschlossen, eine eigenständige dezentrale Compliance-Organisation aufzubauen: Der Zentralbereich Governance & Compliance der REWE Group bündelt und koordiniert alle Compliance-relevanten Aktivitäten innerhalb der REWE Group, so auch der REWE Group in Österreich. Für Österreich steht ein Compliance Officer als kompetenter Ansprechpartner zur Verfügung.

Das Ziel des Compliance Management Systems (CMS) der REWE Group ist, Verstößen gegen gesetzliche und unternehmensinterne Regelungen präventiv vorzubeugen und dadurch Schaden vom Unternehmen sowie persönliche Haftung von Unternehmensorganen und Mitarbeiter:innen abzuwenden.

Zur Erreichung dieses Zieles besteht ein Compliance-Programm, das eine Vielzahl von präventiven Maßnahmen, wie z.B. die Durchführung von Riskassessments, Schulungen und Beratung umfasst, wie z.B. die Durchführung von regelmäßigen Riskassessments, Schulungen und Beratungen. Verstöße gegen gesetzliche Vorgaben oder interne Regelungen, insbesondere mit Bezug auf Korruption, können über ein konzernweites Hinweisgebersystem an den zuständigen Compliance Officer gemeldet werden. Dieser nimmt Hinweise sämtlicher Mitarbeiter:innen der REWE Group in Österreich oder Dritter entgegen, die den Verdacht auf solche Verstöße begründen.





# Nachhaltigkeitsstrategie

## DIE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE DER REWE GROUP IN ÖSTERREICH

Wirtschaft und Umwelt sollten nicht als Gegensatz verstanden werden, denn der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen und eine gesunde Umwelt bilden wichtige Rahmenbedingungen für die stabile Entwicklung von Unternehmen bzw. der Wirtschaft.

„Nachhaltigkeit ist für die REWE Group in Österreich kein Trend, sondern wesentliches Element ihrer Unternehmensstrategie.“ Diesen Anspruch, der 2011 in der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group vom Vorstand definiert wurde, wird durch die Entwicklung der Nachhaltigkeitsaktivitäten immer wieder bestätigt. Für die REWE Group in Österreich bedeutet dies: Sie übernimmt Verantwortung für ihre Mitarbeiter:innen, achtet auf einen fairen Umgang mit Partnern und Lieferanten, fördert nachhaltigere Sortimente, handelt umwelt- und klimabewusst und setzt sich für Artenvielfalt und eine zukunftsfähige Gesellschaft ein.

### Führungsstruktur

GRI 102-18

### Befugniserteilende Stelle

GRI 102-19

### Verantwortung der Führungsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen

GRI 102-20

### Einbindung der Stakeholder bei ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen

GRI 102-21

Die zentrale Aufgabe des Lebensmittel- und Drogeriefachhandels hat sich in den letzten Jahren nicht geändert: Das wichtigste Ziel bleibt die Versorgung der Menschen mit Lebensmitteln und Produkten in hoher Qualität zu gewährleisten. Dabei verbinden immer mehr Konsument:innen mit Qualität Attribute wie „österreichische Herkunft“, „faire Arbeitsbedingungen“, „ressourcenschonende Produktion“, u.a. Gleichzeitig sieht sich die REWE Group in Österreich mit Trends konfrontiert, die teilweise widersprüchlich sind: Regionalität und Internationalisierung, gesunde Ernährung und Convenience Food, Tierwohl und Preissensibilität, Automatisierung und

persönliche Beratung, u.a. Vor allem kürzere Innovations- und Veränderungszyklen sind Chance und Herausforderung zugleich.

Das professionelle Bearbeiten von Nachhaltigkeitsprozessen steht vor der Herausforderung, immer öfter auch situative Entscheidungen treffen und diese dann in langfristige Strategien integrieren zu müssen. Umso wichtiger ist es daher, konsequent für bestimmte Werte einzustehen und Rahmenbedingungen zu schaffen, die neben dem wirtschaftlichen Erfolg auch einen verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen ermöglichen sowie einen langfristigen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen.

Bei der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie führt die REWE Group in Österreich einen intensiven Dialog mit ihren Stakeholdern und geht verbindliche und langfristige Partnerschaften ein. Denn nur wenn alle Beteiligten an gemeinsamen Zielen arbeiten, lassen sich langfristige Verbesserungen herbeiführen. So wird der Anteil an nachhaltigeren Produkten und Dienstleistungen immer weiter ausgebaut und nachhaltiger Konsum für immer größere Teile der Bevölkerung zugänglich.

**Für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie hat die REWE Group in Österreich bereits 2008 vier Nachhaltigkeitssäulen eingeführt:**

- Grüne Produkte
- Energie, Klima und Umwelt
- Mitarbeiter:innen
- Gesellschaftliches Engagement

Innerhalb dieser Säulen legen Handlungsfelder die thematischen Schwerpunkte des Nachhaltigkeitsengagements fest.

### UMSETZUNG DER STRATEGIE IN DEN EINZELNEN HANDELSFIRMEN

Bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie erhalten die einzelnen Handelsfirmen eine große Gestaltungsfreiheit, um eine möglichst hohe Passgenauigkeit zur Strategie und zum Geschäftsmodell der jeweiligen Handelsfirma zu gewährleisten. Für alle Handelsfirmen gelten dabei die vier Nachhaltigkeitssäulen der REWE Group in Österreich als strategischer Rahmen und die Leitlinie Nachhaltiges Wirtschaften als gemeinsame Zielformulierung und Wertekanon des Nachhaltigkeitsengagements. Innerhalb der für die vier Nachhaltigkeitssäulen definierten Handlungsfelder legt jede Handelsfirma die Schwerpunkte auf die für sie relevanten Themen.



# Nachhaltigkeitsstrategie

Die Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group in Österreich sowie der Handelsfirmen unterliegt einem regelmäßigen Review, in das alle vorhandenen Informationen, wie beispielsweise Kund:innenbefragungen, Wettbewerbsanalysen oder Analysen zum politischen Diskurs, mit einfließen. Ende 2020 wurde hierfür eine umfangreiche Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, bei welcher insbesondere Konsument:innen und Mitarbeiter:innen befragt wurden (für weitere Informationen siehe Abschnitt Wesentlichkeitsanalyse).

Strategische Schwerpunkte im Berichtszeitraum waren vor allem der Ausbau des regionalen und ökologischen Sortiments, bewusste Ernährung, Tierwohl, Diversity Management, Verringerung von Lebensmittelverschwendung sowie umweltfreundlichere Verpackungen.

Für weitere Informationen zu den Handlungsfeldern und den Key Performance Indikatoren siehe die übergeordneten Managementansätze von „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“.

## Nachhaltigkeitssäulen und Handlungsfelder der REWE Group in Österreich





# Nachhaltigkeitsstrategie

## NACHHALTIGKEITSORGANISATION

Nachhaltigkeit ist bei der REWE Group in Österreich an höchster Stelle der Unternehmensführung verankert. Die Gesamtverantwortung für Nachhaltigkeit lag seit dem Start der Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2008 beim Vorstand. Der Vorstand steht für die Überzeugung, dass nachhaltiges Wirtschaften Voraussetzung für den langfristigen Unternehmenserfolg ist (siehe Vorwort). Unterstützt wird der Vorstand durch die Abteilung Nachhaltigkeit.

Erfolgsentscheidend für das Nachhaltigkeitsmanagement ist ihre Einbindung in die Strategien der Handelsfirmen und die Operationalisierung über die Linienstruktur. Um die Bedürfnisse der Kund:innen zielgenauer zu adressieren, spielen Marketingaktivitäten in der Nachhaltigkeit eine zunehmend wichtige Rolle. Da Nachhaltigkeit als integrativer Bestandteil der Geschäftstätigkeit gesehen wird, liegt die Verantwortung für die Umsetzung bei den jeweiligen Bereichsvorständen und Geschäftsführungen.

Den Dialog mit Stakeholdern führt die REWE Group in Österreich auf verschiedenen Ebenen. Auch die Vorstände sind darin regelmäßig und unmittelbar eingebunden, beispielsweise beim jährlichen Stakeholderforum, bei Treffen von Branchenverbänden oder bilateralen Gesprächen mit zivilgesellschaftlichen und politischen Akteuren.

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Im Jahr 2015 verabschiedeten die Vereinten Nationen die Sustainable Development Goals (SDGs). Diese 17 Nachhaltigkeitsziele adressieren die wesentlichen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung auf globaler Ebene. Die SDGs haben einen Zeithorizont bis 2050 und werden durch 169 Teilziele konkretisiert. Die REWE Group ist bestrebt, mit ihrem Nachhaltigkeitsengagement einen eBeitrag zum Erreichen dieser Ziele zu leisten. Aus diesem Grund hat sie ihre Nachhaltigkeitsstrategie und ihre Geschäftsprozesse mit den 17 Zielen und den zugehörigen 169 Teilzielen abgeglichen.

Auf Grundlage dieser Analyse wurden die SDGs und ihre Teilziele auf REWE Group-Ebene priorisiert, um ein Ranking der relevantesten SDGs gebildet. Dieses wurde auf dem REWE Group-Dialogforum im Jahr 2016 mit Stakeholdern diskutiert und das Feedback der Stakeholder in ein Gesamtranking einbezogen.

Durch die gemeinsame Geschäftstätigkeit wurden diese SDGs auch für Handel International übernommen:

- Verantwortungsvoller Konsum und Produktion (SDG 12)
- Leben an Land (SDG 15)
- Leben unter dem Wasser (SDG 14)
- Gute Arbeitsplätze und wirtschaftliches Wachstum (SDG 8)
- Kein Hunger (SDG 2)
- Erneuerbare Energien (SDG 7)

Zu diesen sechs Zielen hat die REWE Group insgesamt 27 SDG-Teilziele identifiziert, die für ihre Geschäftstätigkeit von ausgeprägter Relevanz sind.

Die Analyse zeigt, dass die Nachhaltigkeitsaktivitäten der REWE Group in Österreich einen Beitrag zur Zielerreichung der als relevant eingestuften SDGs und Teilziele leisten, und identifiziert weitere Potenziale für zukünftiges Engagement.

Weitere Informationen zu den Ansätzen der Nachhaltigkeits-säulen finden sich hier im Bericht:

- Managementansatz Grüne Produkte
- Managementansatz Energie, Klima und Umwelt
- Managementansatz Mitarbeiter:innen
- Managementansatz Gesellschaftliches Engagement





# Stakeholderdialog

## ANSATZ DER REWE GROUP IN ÖSTERREICH

Die REWE Group in Österreich ist mit ihren Handelsfirmen wichtiger Nahversorger im Bereich Lebensmittel und Drogeartikel sowie einer der größten Arbeitgeber in Österreich. Ihre Geschäftstätigkeit betrifft viele unterschiedliche Menschen, Gruppen und Unternehmen. Daher ist der regelmäßige und transparente Austausch mit Stakeholdern ein wesentlicher Teil des Nachhaltigkeitsprozesses der REWE Group in Österreich.

### Liste der Stakeholder-Gruppen GRI 102-40

### Ermittlung und Auswahl der Stakeholder GRI 102-42

### Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern GRI 102-43

### Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen GRI 102-44

Als Stakeholder kommuniziert die REWE Group in Österreich mit internen und externen Personen und Organisationen aus den Bereichen Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Politik und Wissenschaft, die spezifische Forderungen an das Unternehmen haben, welche durch rechtliche, finanzielle, betriebliche oder ethische Interessen begründet sind.

Zu den wesentlichen Stakeholdergruppen, mit denen das Unternehmen im Austausch steht, zählen Lieferanten, Konsument:innen, Geschäftspartner, Politik, Behörden, Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen, sowie die eigenen Mitarbeiter:innen. Die für die REWE Group in Österreich relevanten Stakeholdergruppen wurden im Rahmen der 2008 erarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie definiert und in den folgenden Jahren immer wieder überprüft. Durch den intensiven Austausch, beispielsweise beim jährlichen Stakeholderforum, im Kundenbeirat, bei Branchentreffen, Fachgremien, Stakeholderdialogen und -befragungen, wird die Auswahl entsprechend den relevanten Entwicklungen adaptiert.

## FORMATE DES STAKEHOLDERDIALOGS

### STAKEHOLDERFORUM

Seit 2009 organisiert die REWE Group in Österreich mit ihrem Stakeholderforum einen persönlichen, offenen und kritischen Austausch mit Anspruchsgruppen. Hier wird auch darüber diskutiert, wie Handel und Industrie Konsument:innen zu nachhaltigerem Konsum bewegen können. Aufgrund der COVID-19 Pandemie wurde die Veranstaltung 2020 virtuell abgehalten, wodurch sich insgesamt rund 300 Teilnehmer:innen am Dialog beteiligten. Dazu gehörten Vertreter:innen von Politik, NGOs, Wissenschaft und Industrie ebenso wie Mitarbeiter:innen, aber auch Kund:innen.

Schwerpunkt waren in diesem Jahr Tierwohl, pflanzenbasierte Nahrungsmittel und Nachhaltigkeit im Drogeriefachhandel. Die zentralen Anliegen der Stakeholder wurden virtuell diskutiert. Die Beiträge prägen die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group in Österreich.

### KUNDENBEIRAT

Der Kundenbeirat nimmt eine beratende Funktion ein und wirkt an der Entwicklung der Nachhaltigkeitsagenda der REWE Group in Österreich mit. Auch die Umsetzung von einzelnen Vorschlägen sind Beweis für die gute Zusammenarbeit. Darüber hinaus werden die ehrenamtlichen Mitglieder des Kundenbeirates zu diversen Veranstaltungen eingeladen, so auch zum jährlich stattfindenden Stakeholderforum. 2020 musste der Kundenbeirat auf Grund der COVID-19 Pandemie ausgesetzt werden.



# Stakeholderdialog

## TEILNAHME AN BRANCHENINITIATIVEN UND PLATTFORMEN

Die REWE Group in Österreich ist in unterschiedlichen Nachhaltigkeitsinitiativen engagiert, wodurch ein regelmäßiger Austausch mit Stakeholder aus unterschiedlichen Bereichen und Branchen (siehe auch Brancheninitiativen und Mitgliedschaften) gegeben ist. Diese sind für eine breite Weiterentwicklung und Integration von Nachhaltigkeitsthemen bei Konsument:innen und in der Gesellschaft essentiell.

## BEFRAGUNGEN

Um die Erwartungen und Bedürfnisse der Interessensgruppen detaillierter kennen zu lernen, führt die REWE Group in Österreich regelmäßig repräsentative Befragungen und Studien durch. Ausgehend von der Wesentlichkeitsmatrix werden zu Topthemen vertiefende Umfragen durchgeführt. Aufgrund der Sondersituation anlässlich der COVID-19 Pandemie wurden 2020 jedoch keine gesonderten Umfragen zu Nachhaltigkeitsthemen durchgeführt.

## KUND:INNEN- UND MITARBEITER:INNEN-KOMMUNIKATION

### NACHHALTIGKEITSWOCHEN

Ohne die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen wäre es nicht möglich, Nachhaltigkeit im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel voranzutreiben. Seit 2010 finden daher bei BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG die Nachhaltigkeitswochen statt. Im Rahmen der Nachhaltigkeitswochen werden die Aktivitäten einmal jährlich verstärkt in den Fokus der Öffentlichkeit gestellt. In diesem Zusammenhang lädt die REWE Group in Österreich verantwortungsvolle Unternehmen dazu ein, gemeinsam die Konsument:innen für dieses wichtige Thema zu begeistern.

Durch diese Initiative soll Nachhaltigkeit gemeinsam mit verantwortungsvollen Partnern aus der Industrie anhand von Produkten und begleitender Kommunikation für die Kund:innen erlebbar gemacht werden. Dies umfasst attraktive Angebote von nachhaltigeren Produkten, Informationen über deren Mehrwert sowie über die Vorteile von nachhaltigerem Konsum. Dabei stehen Eigenmarkenprodukte und Produkte von Industriepartnern im Mittelpunkt, die einen nachhaltigeren Mehrwert in Hinblick auf gesunde Ernährung, Klima- und Umweltschutz, Biodiversität, soziales Engagement und Ähnliches bieten (z.B. Bio-Produkte, klimafreundliche oder stromsparende Produkte, FSC- und MSC-Produkte oder heimische und saisonale Produkte).

## KUNDENSERVICECENTER

Um Kundenanfragen noch besser beantworten zu können wurde das Kundenservicecenter 2018 neu aufgestellt und für alle Handelsfirmen unter dem jö Bonus Club zusammengefasst. Im Berichtszeitraum nahmen 76 Mitarbeiter:innen wöchentlich rund 17.000 Anrufe entgegen, bearbeiten über 10.000 E-Mails und rund 8.400 Anfragen über Social Media. Alle Kund:innenanfragen werden – soweit möglich – noch am selben Tag beantwortet. Die behandelten Themen sind sehr unterschiedlich und reichen von Änderung der Kund:innendaten, Meldung eines Kartenverlusts über Produktanfragen sowie Fragen zu diversen Aktionen.

## FLUGBLATTKOMMUNIKATION

Flugblätter sind nach wie vor das wichtigste Kommunikationsmittel im Lebensmitteleinzelhandel. Aufgrund der Breitenwirkung ist dieses Medium besonders förderlich, um Bewusstsein für nachhaltigere Produkte im Sortiment zu schaffen. Bei BILLA, MERKUR, PENNY und ADEG wurden daher regelmäßig Bio Produkte und nachhaltigkeitsbezogenen Schwerpunktseiten kommuniziert. Die Flugblatt-Kommunikation musste allerdings auf Grund der COVID-19 Pandemie im Berichtszeitraum auch auf die speziellen Rahmenbedingungen adaptiert werden.

## PLATTFORM GEMEINSAM-NACHHALTIG

Im April 2013 wurde ein eigener zeitgemäßer Kanal eröffnet, um die Mitarbeiter:innen umfassend und regelmäßig über alle Nachhaltigkeitsaktivitäten der REWE Group in Österreich zu informieren. Die Zielsetzung der Plattform GEMEINSAM-NACHHALTIG besteht darin, durch Information und Involvement für Nachhaltigkeitsthemen zu sensibilisieren und begeistern. Die Beiträge der webbasierten Plattform werden von der Nachhaltigkeitsabteilung verfasst. Seit September 2015 ist GEMEINSAM-NACHHALTIG allgemein zugänglich und gibt einen aktuellen Überblick über alle nachhaltigkeitsrelevanten Aktivitäten der REWE Group in Österreich und der Handelsfirmen BILLA, MERKUR, BIPA, PENNY und ADEG.



# Stakeholderdialog

## „BLÜHENDES ÖSTERREICH“

Neben dem Schutz von ökologisch hochwertigen Flächen ist Bewusstseinsbildung ein wichtiger Teil der Initiative Blühendes Österreich. Um eine Breitenwirkung zu erzielen, kommunizieren BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG regelmäßig über ihre Kanäle wie Kundenmagazine, Newsletter oder Social Media über die Initiative „Blühendes Österreich“. Auf der eigenen Website werden wöchentlich hochwertige Text-, Bild- und Videobeiträge zu Natur-, Biodiversitäts- und Nachhaltigkeitsthemen veröffentlicht.

Mit über 80.000 Fans auf Facebook und über 26.000 Newsletter-Bezieher:innen im Berichtszeitraum, entwickelte sich „Blühendes Österreich“ zu einer der stärksten Kanäle für Naturfreunde und Nachhaltigkeitsfans in Österreich.

### Auflage Flugblätter

HANDELSFIRMA	AUFLAGE
BILLA	3.000.000
MERKUR	2.900.000
PENNY	2.500.000
BIPA	3.000.000
ADEG	610.000

### Auflage Kundenmagazine

HANDELSFIRMA	AUFLAGE
Frisch Gekocht	400.000
Frisch Gekocht Kids	100.000
Friends Magazin	400.000
Maxima	290.000
Schmankerl Post	150.000
Land & Leut´	100.000

### Unique Visitors der Websites pro Woche

WEBSITE	VISITORS
BILLA	250.000
MERKUR	120.000
PENNY	43.000
BIPA	175.000
ADEG	11.000



# Wesentlichkeitsanalyse

## VORGEHEN ZUR BESTIMMUNG DES BERICHTSINHALTS UND DER ABGRENZUNG DER THEMEN

### GRI 102-46

Vom Lebensmitteleinzelhandel über den Drogeriefachhandel bis zur Touristik – die REWE Group in Österreich ist mit ihren Geschäfts- und Tätigkeitsfeldern breit aufgestellt. Ebenso vielfältig sind auch die potenziell wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte, die das Unternehmen betreffen können. Neben anderen Instrumenten wie beispielsweise Stakeholderdialoge und produktbezogenen Risikoanalysen ist die Wesentlichkeitsanalyse eine Methode, mit der wesentliche Themen identifiziert und Schwerpunkte bei der Maßnahmenentwicklung gesetzt werden. Dabei spielen insbesondere die Einschätzung der internen und externen Stakeholder sowie die Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit auf Mensch, Tier und Umwelt eine bedeutende Rolle.

Um sich veränderten Gegebenheiten anzupassen, hat die REWE Group in Österreich ihre Wesentlichkeitsanalyse 2020 aktualisiert. Die Ergebnisse der vorangegangenen Analysen bilden hierbei die Basis. Alle Nachhaltigkeitsthemen wurden auf ihre Aktualität, Relevanz, fehlende Schwerpunkte und im Hinblick auf positive wie negative Auswirkungen überprüft. Hierfür wurden Benchmarks durchgeführt und die Themenliste mit den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) abgeglichen. Im Ergebnis ergab dies eine Liste von 19 Nachhaltigkeitsthemen.

In einem zweiten Schritt führte die REWE Group in Österreich eine onlinebasierte Konsument:innen- und Mitarbeiter:innenbefragung durch. Insgesamt 1.647 Stakeholder (503 extern, 1.144 intern) schätzten die zuvor konsolidierten 19 Themen nach ihrer Relevanz ein. Im Ergebnis bewerteten die Befragten die Themen umweltfreundlichere Verpackung, Tierwohl, faire Arbeitsbedingungen in den eigenen Bereichen und Klimaschutz als besonders relevant für die REWE Group in Österreich. Im Vergleich zur letzten Stakeholderbefragung aus dem Jahr 2018 hat vor allem das Thema faire Arbeitsbedingungen in den eigenen Bereichen an Relevanz zugenommen.

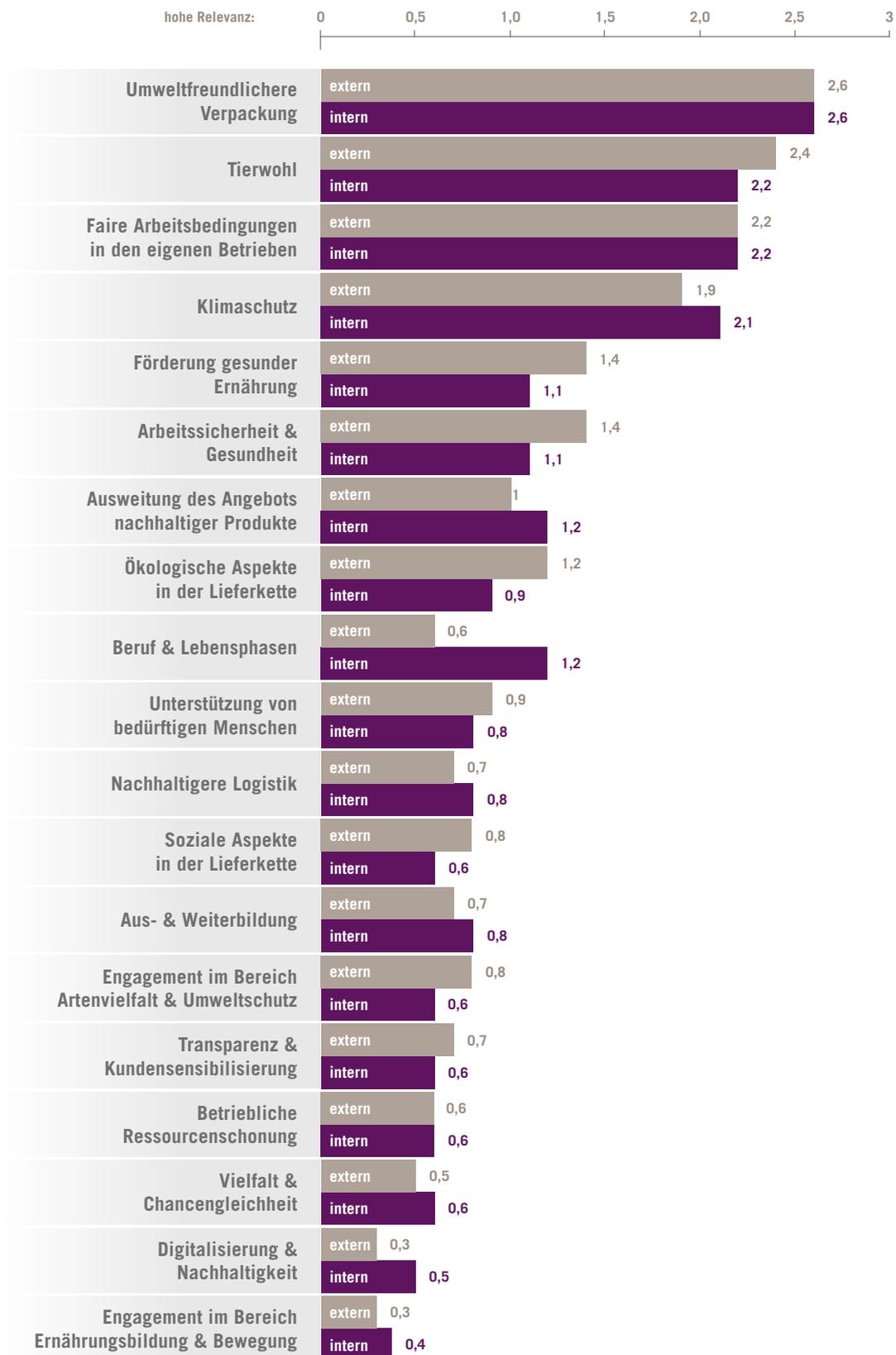
Zusätzlich zu der Priorisierung der 19 Themen hatten die Befragten die Möglichkeit, ihre konkreten Erwartungen zu ihrem „Top-Thema“ ungestützt zu äußern. In Bezug auf umweltfreundlichere Verpackung nannte ein Großteil der Befragten Reduktion bzw. Vermeidung von Plastik (insbesondere bei Obst und Gemüse) und den Einsatz von Kunststoffalternativen. Das Thema Klimaschutz sahen die Befragten als Querschnittsthema und erwarten von der REWE Group in Österreich, dass Klimaschutz eine Grundlage bei allen Entscheidungen darstellt. Vor allem kurze Lieferwege sind für eine große Gruppe der Befragten ein wichtiger Faktor. Eine artgerechte Haltung sowie den Verzicht auf Massentierhaltung und „Billigfleisch“ haben für einen Großteil der Befragten beim Thema Tierwohl eine hohe Relevanz.

Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse fließen neben anderen Informationen in das jährliche Review der Nachhaltigkeitsstrategie ein.



## RELEVANZ AUS SICHT DER INTERNEN UND EXTERNEN STAKEHOLDER

### Wesentlichkeitsmatrix 2020





# Wesentlichkeitsanalyse

## LISTE DER WESENTLICHEN THEMEN

### GRI 102-47

#### Themen der Wesentlichkeitsanalyse und zugeordnete GRI-Themen:

##### GRÜNE PRODUKTE

- Ausweitung des Angebots nachhaltiger Produkte: Beschaffungspraktiken (GRI 204); Anteil des Einkaufsvolumens, welches nach anerkannten Standards zertifiziert ist (GRI FP2)
- Förderung gesunder Ernährung: Gesunde und erschwingliche Lebensmittel (FP)
- Ökologische Aspekte in der Lieferkette: Umweltbewertung der Lieferanten (GRI 308)
- Soziale Aspekte in der Lieferkette: Soziale Bewertung der Lieferanten (GRI 414),
- Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (GRI 412)
- Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte (GRI 412)
- Tierwohl: Tierwohl (FP10)
- Transparenz und Kundensensibilisierung: Nachhaltigen Konsum fördern (GRI 417)
- Umweltfreundlichere Verpackung: Materialien (GRI 301)

##### ENERGIE, KLIMA UND UMWELT

- Betriebliche Ressourcenschonung: Materialien (GRI 301)
- Klimaschutz: Emissionen (GRI 305)
- Nachhaltigere Logistik: Energie (GRI 302), Emissionen (GRI 305)

##### MITARBEITER:INNEN

- Arbeitssicherheit und Gesundheit: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (GRI 403)
- Aus- und Weiterbildung: Aus- und Weiterbildung (GRI 404)
- Beruf und Lebensphasen: Beschäftigung (GRI 401)
- Faire Arbeitsbedingungen: Beschäftigung (GRI 401), Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis (GRI 402)
- Vielfalt und Chancengleichheit: Diversität und Chancengleichheit (GRI 405), Diskriminierungsfreiheit (GRI 406)

##### GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

- Engagement im Bereich Gesundheit und Bewegung: Indirekte ökonomische Auswirkungen (GRI 203)
- Engagement im Bereich Artenvielfalt und Umweltschutz: Biodiversität (GRI 304)

- Unterstützung von Bedürftigen: Lokale Gemeinschaften (GRI 413)

##### UNTERNEHMEN

- Dialog: Allgemeine Angaben (GRI 102)
- Digitalisierung & Nachhaltigkeit: Datenschutz (GRI 418)
- Faire Geschäftsbeziehungen: Wettbewerbswidriges Verhalten (GRI 206)
- Integrität und Compliance: Korruptionsbekämpfung (GRI 205), Politische Einflussnahme (GRI 415), Sozioökonomische Compliance (GRI 419), Schutz der Kundendaten (GRI 418)
- Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung: Allgemeine Angaben (GRI 102)
- Ökonomische Performance: Wirtschaftliche Leistung (GRI 201)



# Berichtsprofil

## Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten

### GRI 102-45

Von der Berichterstattung abgedeckt werden die Konzerngesellschaften der REWE Group für Österreich. Dort, wo die Erfassungsgrenzen abweichen, wird dies bei der Darstellung der Daten deutlich gemacht.

## Neudarstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten

### GRI 102-48

Grundsätzlich entspricht der Geltungsbereich der Daten jenem des Nachhaltigkeitsberichts 2019.

## Berichtszeitraum

### GRI 102-50

Der Nachhaltigkeitsbericht der REWE Group in Österreich 2020 bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2020 (1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020).

## Datum des letzten Berichts

### GRI 102-51

Der Nachhaltigkeitsbericht der REWE Group in Österreich 2020 ist am 31. August 2021 erschienen.

## Berichtszyklus

### GRI 102-52

Seit 2016 veröffentlicht die REWE Group in Österreich ihren Nachhaltigkeitsbericht jährlich. Zuvor (2009 bis 2016) wurde der Bericht alle zwei Jahre aktualisiert.

## Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht

### GRI 102-53

An den Inhalten dieses Nachhaltigkeitsberichts haben viele Fachleute aus unterschiedlichen Einheiten der REWE Group in Österreich mitgewirkt. Sie setzen Nachhaltigkeit in unterschiedlichen Abteilungen und Themengebieten um. Die Abteilung Nachhaltigkeit unter der Leitung von Mag.a Tanja Dietrich-Hübner ist für die Erstellung des Berichts verantwortlich und steht als Ansprechpartner für alle Fragen zur Verfügung.

Email: [nachhaltigkeit@rewe-group.at](mailto:nachhaltigkeit@rewe-group.at)

## Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards

### GRI 102-54

Der Nachhaltigkeitsbericht 2020 entspricht den GRI-Standards (2016). Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern“ erstellt.

## GRI-Inhaltsindex

### GRI 102-55



## ORGANISATIONSPROFIL

GRI 102-1:	Name der Organisation
GRI 102-2:	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen
GRI 102-3:	Hauptsitz der Organisation
GRI 102-4:	Betriebsstätten
GRI 102-5:	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform
GRI 102-6:	Belieferte Märkte
GRI 102-7:	Größe der Organisation
GRI 102-8:	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeiter:innen
GRI 102-9:	Lieferkette
GRI 102-10:	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette
GRI 102-11:	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip
GRI 102-12:	Externe Initiativen
GRI 102-13:	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen Strategie
GRI 102-14:	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers Ethik und Integrität
GRI 102-16:	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen
GRI 102-17:	Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik Unternehmensführung
GRI 102-18:	Führungsstruktur
GRI 102-19:	Delegation von Befugnissen
GRI 102-20:	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen
GRI 102-21:	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen Einbindung von Stakeholdern
GRI 102-40:	Liste der Stakeholder-Gruppen
GRI 102-41:	Tarifverträge
GRI 102-42:	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder
GRI 102-43:	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern
GRI 102-44:	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen Vorgehensweise bei der Berichterstattung
GRI 102-45:	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten
GRI 102-46:	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen
GRI 102-47:	Liste der wesentlichen Themen
GRI 102-48:	Neudarstellungen von Informationen
GRI 102-49:	Änderungen bei der Berichterstattung
GRI 102-50:	Berichtszeitraum
GRI 102-51:	Datum des aktuellsten Berichts

GRI 102-52:	Berichtszyklus
GRI 102-53:	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht
GRI 102-54:	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards
GRI 102-55:	GRI-Inhaltsindex
GRI 102-56:	Externe Prüfung

### Wesentliche Themen:

GRI 103:	Managementansatz wirtschaftliche Leistung
GRI 103:	Managementansatz Grüne Produkte
GRI 103:	Managementansatz Energie, Klima und Umwelt
GRI 103:	Managementansatz Mitarbeiter:innen
GRI 103:	Managementansatz Gesellschaftliches Engagement
GRI 201:	Wirtschaftliche Leistung
GRI 201-1:	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert
GRI 201-3:	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne
GRI 203:	Indirekte ökonomische Auswirkungen
GRI 203-1:	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen
GRI 203-2:	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen
GRI 204:	Beschaffungspraktiken
GRI 204-1:	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten
GRI FP1:	Anteil des Einkaufsvolumens, welches in Übereinstimmung mit den Leitlinien des Unternehmens beschafft wurde
GRI FP2:	Anteil des Einkaufsvolumens, welches nach anerkannten Standards zertifiziert ist
GRI 205:	Korruptionsbekämpfung
GRI 205-1:	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden
GRI 205-2:	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung
GRI 205-3:	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen
GRI 206:	Wettbewerbswidriges Verhalten
GRI 206-1:	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung
GRI 301:	Materialien und Verpackungen



# Berichtsprofil

<b>GRI 301-1:</b>	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen (Materialien und Verpackungen)	<b>GRI 404:</b>	Aus- und Weiterbildung
<b>GRI 301-2:</b>	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe (Materialien und Verpackungen)	<b>GRI 404-2:</b>	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe
<b>GRI 302:</b>	Energie	<b>GRI 404-3:</b>	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten
<b>GRI 302-1:</b>	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	<b>GRI 405:</b>	Diversität und Chancengleichheit
<b>GRI 302-3:</b>	Energieintensität	<b>GRI 405-1:</b>	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten
<b>GRI 302-4:</b>	Verringerung des Energieverbrauchs	<b>GRI 406:</b>	Nichtdiskriminierung
<b>GRI 303:</b>	Wasser 2016	<b>GRI 406-1:</b>	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen
<b>GRI 303-1:</b>	Wasserentnahme nach Quellen	<b>GRI 412:</b>	Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte
<b>GRI 304:</b>	Biodiversität	<b>GRI 412-2:</b>	Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren
<b>GRI 304-2:</b>	Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	<b>GRI 413:</b>	Lokale Gemeinschaften
<b>GRI 305:</b>	Emissionen 2016	<b>GRI 413-2:</b>	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften
<b>GRI 305-1:</b>	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	<b>GRI 414:</b>	Soziale Bewertung der Lieferanten
<b>GRI 305-2:</b>	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	<b>GRI 414-2:</b>	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen
<b>GRI 305-3:</b>	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	<b>GRI 415:</b>	Politische Einflussnahme
<b>GRI 305-4:</b>	Intensität der THG-Emissionen	<b>GRI 415-1:</b>	Parteispenden
<b>GRI 305-5:</b>	Senkung der THG-Emissionen	<b>GRI 416:</b>	Kundengesundheit und -sicherheit
<b>GRI 305-6:</b>	Emissionen Ozon abbauender Substanzen (ODS)	<b>GRI 416-1:</b>	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit
<b>GRI 305-7:</b>	Stickstoffoxide (NOX), Schwefeloxide (SOX) und andere signifikante Luftemissionen	<b>GRI 416-2:</b>	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit
<b>GRI 306:</b>	Abwasser und Abfall	<b>GRI 417:</b>	Marketing und Kennzeichnung
<b>GRI 306-2:</b>	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	<b>GRI 417-1:</b>	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung
<b>GRI 307:</b>	Umwelt-Compliance	<b>GRI 417-3:</b>	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation
<b>GRI 307-1:</b>	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	<b>GRI 418:</b>	Schutz der Kund:innendaten
<b>GRI 308:</b>	Umweltbewertung der Lieferanten	<b>GRI 418-1:</b>	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten
<b>GRI 308-2:</b>	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	<b>GRI 419:</b>	Sozioökonomische Compliance
<b>GRI FP10:</b>	Tierwohl	<b>GRI 419-1:</b>	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich
<b>GRI 401:</b>	Beschäftigung		
<b>GRI 401-1:</b>	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation		
<b>GRI 401-3:</b>	Karenz		
<b>GRI 402:</b>	Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis		
<b>GRI 402-1:</b>	Mindestmitteilungsfristen für betriebliche Veränderungen		
<b>GRI 403:</b>	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz		
<b>GRI 403-2:</b>	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage, Abwesenheit und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle		
<b>GRI 403-3:</b>	Mitarbeiter:innen mit einem hohen Auftreten von oder Risiko für Krankheiten, die mit ihrer beruflichen Tätigkeit in Verbin-		



## Externe Prüfung

### GRI 102-56

Auszüge aus dem erweiterten GRI-Index wurden im Rahmen des REWE Group Nachhaltigkeitsberichts 2020 von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers geprüft.

Die Eingangsdaten der Klimabilanz wurden darüber hinaus durch die INFRAS AG geprüft.





# Wirtschaftliche Leistung

## MANAGEMENTANSATZ

Der langfristige Unternehmenserfolg der REWE Group in Österreich basiert auf ihrer genossenschaftlichen Eigentümerstruktur, die durch Werte wie Solidarität, Zusammenhalt und Nachhaltigkeit geprägt ist. Das genossenschaftliche Selbstverständnis, die daraus erwachsene Führungskultur und die damit verbundene langfristige, generationenübergreifende Ausrichtung schaffen für alle Stakeholder Sicherheit und Stabilität, ob Mitglieder, Mitarbeiter:innen, Kund:innen, Lieferanten oder das gesamte sozioökonomische Umfeld. Aufsichtsrat, Anteilseigner, Kaufleute und Vorstand der REWE International AG bekennen sich daher zu der auf Dauer angelegten genossenschaftlichen Struktur als Garant für Unabhängigkeit und Selbstbestimmung.

## Wirtschaftliche Leistungen GRI 201

Die REWE Group in Österreich will ökonomisch langfristig erfolgreich sein und ihre Geschäftstätigkeiten umwelt- und sozialverträglich gestalten. Dies ist verankert in der Leitlinie für

## Unternehmenszahlen der REWE Group in Österreich<sup>1</sup>

	2019	2020	VERÄNDERUNG
<b>Brutto-Umsatz (Mrd. Euro)</b>	<b>8,74</b>	<b>9,07</b>	<b>3,76%</b>
Lebensmittelhandel (Mrd. Euro) <sup>2</sup>	7,68	8,29	4,91%
Drogeriefachhandel (Mrd. Euro) <sup>3</sup>	0,73	0,75	2,28%
Touristik (Mrd. Euro) <sup>4</sup>	0,11	0,03	-73,00%

- <sup>1</sup> Umfasst gesamte Geschäftstätigkeit der REWE Group am österreichischen Markt
- <sup>2</sup> Lebensmittelhandel inkludiert die Vertriebsschienen BILLA, MERKUR, PENNY und ADEG inklusive Großhandel
- <sup>3</sup> Drogeriefachhandel repräsentiert durch BIPA
- <sup>4</sup> Touristik: Besteht aus der Gesellschaft REWE Austria Touristik – dazu gehören Jahn Reisen, ITS BILLA Reisen sowie Transair (MERKUR Ihr Urlaub, PENNY PACK'N'GO und BILLA-Vorteilsreisen)

Nachhaltiges Wirtschaften, die für alle Mitarbeiter:innen und die Vertragspartner der REWE Group maßgeblich ist. In der Leitlinie bekennt sich das Unternehmen unter anderem zur Reduzierung der durch die Geschäftsprozesse entstehenden Treibhausgasemissionen, zur Nutzung erneuerbarer Energiequellen und zum schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen. Darüber hinaus trägt das Unternehmen durch die Entwicklung sozial- und umweltverträglicherer Produkte und Dienstleistungen sowie durch die Erweiterung des nachhaltigeren Sortiments dazu bei, negative Auswirkungen der Geschäftstätigkeit zu minimieren.

## Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert GRI 201-1

Der Gesamtumsatz der REWE Group in Österreich wuchs im Jahr 2019 um 1,06 % auf 8,74 Milliarden Euro.

	2019	2020	VERÄNDERUNG
<b>Mitarbeiter:innen (per 31.12.)<sup>5</sup></b>	<b>44.735</b>	<b>46.566</b>	<b>1.831</b>
Anzahl Standorte gesamt (per 31.12.)	2.574	2.574	0
Anzahl Standorte Lebensmittelhande <sup>l</sup>	1.987	1.990	3
Anzahl Standorte Drogeriefachhandel	587	584	-3

- <sup>5</sup> Ohne Mitarbeiter:innen der ADEG Kaufleute. Mitarbeiter:innen sind sowohl Vollzeit- als auch Teilzeitkräfte (somit gezählte Köpfe)



# Wirtschaftliche Leistungen

## Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne

### GRI 201-3

Die private Vorsorge für das Alter gewinnt angesichts der demografischen Entwicklung zunehmend an Bedeutung. Dessen ist sich auch REWE Group in Österreich bewusst und bietet ihren Mitarbeiter:innen eine betriebliche Altersvorsorge. Seit 2010 wurde diese Möglichkeit institutionalisiert, die 2020 von über 2.000 Mitarbeiter:innen in Anspruch genommen wurde. Die Beiträge zur betrieblichen Altersvorsorge (von Arbeitnehmer:innen und Arbeitgeber) betragen im Berichtszeitraum 620.400 Euro. Der Anteil der Teilnehmer an der betrieblichen Altersvorsorge (an der Summe aller Bezugsberechtigten) war 5,2 Prozent. Die Versicherung kann beim nächsten Arbeitgeber weitergeführt werden.

### WEITERE LEISTUNGEN

Zum Selbstverständnis der REWE Group in Österreich gehört, dass alle Arbeitsverträge der Mitarbeiter:innen kollektivvertraglichen Regelungen unterliegen. Die kollektivvertragliche Überzahlung betrug 2020 durchschnittlich 10,6 Prozent. Darüber hinaus bietet das Unternehmen allen Mitarbeiter:innen auf jeden Einkauf einen Rabatt, der 2020 in Summe über 6,4 Millionen Euro betrug.





# Compliance

## MANAGEMENTANSATZ

Ein rechtskonformes Verhalten und die Prävention von Gesetzes- und Regelverstößen sichern den nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens. Regelverstöße können eine persönliche Haftung (zum Beispiel Schadensersatzforderungen und strafrechtliche Konsequenzen) für einzelne Mitarbeiter:innen oder die Organmitglieder der REWE Group in Österreich nach sich ziehen und zu Reputationsverlusten führen. Für ein Handels- und Touristikunternehmen bestehen besondere Compliance-Risiken im Bereich der Preisabsprache, der Ausnutzung von Marktmacht im Verhalten gegenüber Lieferanten und in der persönlichen Vorteilsnahme.

### Korruptionsbekämpfung

GRI 205

### Wettbewerbswidriges Verhalten

GRI 206

### Umwelt-Compliance

GRI 307

### Sozioökonomische Compliance

GRI 419

Integrität und Fairness im Geschäftsverkehr und im Umgang miteinander sind als wichtige Grundwerte im Leitbild der REWE Group verankert. Mit dem Verhaltenskodex der REWE Group hat das Unternehmen zudem Verhaltensstandards definiert, die für alle im Namen der REWE Group tätigen Menschen verpflichtend sind. Im Zuge der Einführung eines Antikorruptionssystems wurden diverse Verhaltensrichtlinien für Führungskräfte und Mitarbeiter:innen implementiert und ein interner Antikorruptionsbeauftragter sowie ein externer Ombudsmann bestellt.

Im Februar 2009 hat die REWE Group einen Chief Compliance Officer berufen und seit Juni 2010 bündelt und koordiniert der Zentralbereich Governance & Compliance die Aktivitäten der REWE Group. Ihm stehen in den jeweiligen Geschäftseinheiten und Landesgesellschaften seit 2011 dezentrale Compliance Officer als kompetente Ansprechpartner zur Verfügung. Für die REWE Group in Österreich war das 2020 das Vorstandsmitglied Franz Nebel.

Verstöße in Bezug auf Korruption können über ein konzernweites Hinweisgebersystem an die zuständigen Compliance Officers oder den externen Ombudsmann gemeldet werden. Diese nehmen Hinweise sämtlicher Mitarbeiter:innen der REWE Group oder Dritter entgegen, die den Verdacht auf solche Verstöße begründen. Formelle Beschwerden können aber auch an unterschiedliche Bereiche der REWE Group adressiert sein, wie beispielsweise Management, Compliance, Qualitätsmanagement oder Einkauf. Sie können auch direkt an die Märkte gerichtet sein.

Das Compliance-Management-System (CMS) der REWE Group verfolgt das Ziel, Verstößen gegen gesetzliche und unternehmensinterne Regelungen vorzubeugen und dadurch Schaden vom Unternehmen sowie die persönliche Haftung von Unternehmensorganen und Mitarbeiter:innen abzuwenden. Im Rahmen eines effizienten CMS, angelehnt an den Standard IDW PS 980, hat die REWE Group ein Compliance-Programm aufgestellt, das eine Vielzahl von präventiven Maßnahmen umfasst: Seit Mitte 2011 werden regelmäßige Compliance-Risikoanalysen durchgeführt, aus denen weitere präventive Maßnahmen abgeleitet werden. Schulungen für die Mitarbeiter:innen und spezielle Regelungen, die den Umgang mit Zuwendungen an Top Executives oder die Einkaufsbereiche betreffen, gehören ebenfalls dazu.

Im Jahr 2015 wurde das CMS einem externen Readiness-Check durch eine anerkannte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft unterzogen. Infolgedessen wird seit 2016 eine Prüfung des CMS nach dem anerkannten Prüfungsstandard (PS 980) des IDW durchgeführt. Ziel der Prüfung ist die kontinuierliche Verbesserung des bestehenden Systems. Hierzu wurden bis Ende 2018 Prozesse und Arbeitspakete erarbeitet und implementiert. Daran anschließend wurde mit der zweiten Zertifizierungsstufe, der Angemessenheitsprüfung, begonnen. Seit 2016 verantwortet der Zentralbereich Governance & Compliance in Köln das Konzern-Richtlinienmanagement der gesamten REWE Group. Im Rahmen der Neuordnung wurden ein unternehmensweiter Prozess und ein neues IT-System implementiert. Sukzessive wurden Compliance-relevante Konzernrichtlinien in das neue Tool überführt und somit allen Mitarbeiter:innen zugänglich gemacht.



# Compliance

## Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden

### GRI 205-1

Mithilfe eines IT-gestützten Tools werden für die gesamte REWE Group (national wie auch international) systematische Korruptionsrisiken erfasst und bewertet. Anschließend werden daraus entsprechende Maßnahmen abgeleitet. Als wesentliches Korruptionsrisiko wurde die „Bestechlichkeit im geschäftlichen Verkehr“ – insbesondere für den Geschäftsbereich Einkauf – identifiziert.

Die Rahmenbedingungen, Richtlinien und Prozesse für ein konzernweit einheitliches Risikomanagement bezüglich der Compliance-Risiken Kartellverstöße und Korruption werden durch den Zentralbereich Governance & Compliance geschaffen. Seit 2011 werden jährliche Compliance-Risikoanalysen durchgeführt und geeignete Maßnahmen zur Risikosteuerung entwickelt und implementiert. Im Zuge des Integrationsprojekts Governance Risk & Compliance (GRC) werden die Geschäftsbetriebs- und die Compliance-Risiken gemeinsam erhoben, einheitlich bewertet und in eine gruppenweite Systemlösung überführt (für weitere Informationen zum Risikomanagement siehe auch den Konzernlagebericht der REWE Group für das Geschäftsjahr 2020

## Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung

### GRI 205-2

Die REWE Group informiert auf ihrer Website zum Thema Compliance, insbesondere zum Hinweismanagement. Jedem Mitarbeiter der REWE Group stehen darüber hinaus wesentliche Compliance-Informationen über das Intranet und diverse Team-Rooms zur Verfügung.

Gesamtzahl der Angestellten, die 2020 in der Antikorruptionspolitik und den Verfahrensweisen der Organisation geschult wurden:

- nicht Leitungsebene absolut: 328
- Leitungsebene absolut: 225

## Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene

## Maßnahmen

### GRI 205-3

Hinweise, die bei den Compliance-Verantwortlichen eingehen, werden systematisch im Compliance-Hinweistool erfasst, bearbeitet und zur Aufklärung an die zuständigen Fachbereiche – insbesondere an die Konzernrevision – weitergeleitet. Diese prüfen den Sachverhalt und teilen dem Bereich Governance & Compliance die Ergebnisse beziehungsweise die zu ergreifenden Maßnahmen mit. Deren Umsetzung, zum Beispiel arbeits- oder strafrechtlicher Art, liegt in der Verantwortung der operativen Einheiten. 2020 gab es keine bestätigten Korruptionsfälle bei der REWE Group in Österreich. Zusammen mit den dezentralen Compliance Officern führt der Zentralbereich Governance & Compliance in regelmäßigen Abständen Workshops durch, um das Compliance-Programm gemeinsam weiterzuentwickeln und präventive Maßnahmen zur Minimierung von Compliance-Risiken zu implementieren.



# Compliance

## **Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung**

### **GRI 206-1**

2020 gab es keine Verfahren gegen die REWE Group in Österreich aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Monopolbildung.

## **Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen**

### **GRI 307-1**

Es sind keine wesentlichen Umweltverstöße im Berichtszeitraum bekannt.

## **Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich**

### **GRI 419-1**

Im Berichtszeitraum wurden keine wesentlichen Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften verhängt.



# Zusammenarbeit mit Politik

## MANAGEMENTANSATZ

Um eine zukunftsorientierte Wirtschafts-, Ernährungs- und Umweltpolitik zu unterstützen, führt die REWE Group in Österreich den Dialog mit der Politik auf unterschiedlichen Ebenen und fördert den öffentlichen Diskurs.

## Politische Einflussnahme

### GRI 415

Die REWE Group unterhält in Berlin wie in Brüssel Büros als Plattform für Dialog und Austausch mit den für den Handel, die Touristik und die REWE Group relevanten Anspruchsgruppen. Hierbei gehört es zum Ansatz der REWE Group, niemanden von diesem Dialog auszuschließen, der die Werte und Grundsätze der REWE Group teilt. Im Berichtszeitraum fanden in Österreich mehrere Hintergrundgespräche und Veranstaltungen statt, zu denen Entscheidungsträger unterschiedlicher Parteien eingeladen wurden. Dabei ging es unter anderem um die Themen Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Kunststoffe. Vertreter der REWE Group in Österreich führten zudem direkte Gespräche mit Mandatsträgern sowie Vertretern von Behörden und Verwaltungen, um sie für relevante Themen zu sensibilisieren und die Interessen des Unternehmens zu verdeutlichen.

Weiterhin nahmen Vertreter der REWE Group in Österreich als Redner oder Diskutanten an Veranstaltungen von Behörden, Parteien und Verbänden zu für die REWE Group in Österreich relevanten politischen und gesellschaftlichen Themen teil. Dabei geht es vor allem darum, auf Auswirkungen und Risiken von bestehenden oder geplanten Regulierungen hinzuweisen wie beispielsweise das Verbot der Kunststofftragetaschen, Nachtfahrverbote u.a. hinzuweisen.

Spenden für Parteien oder politische Vereinigungen, Amtsträger und öffentliche Stellen sowie an Kirchen und andere religiöse Gruppen müssen von dem zuständigen Ressortvorstand sowie dem Chief Compliance Officer der REWE Group genehmigt werden. Jede Spende muss in Einklang mit den geltenden Gesetzen und den regulatorischen Vorgaben innerhalb der REWE Group wie etwa dem Verhaltenskodex stehen.

## Gesamtwert politischer Spenden

### GRI 415-1

Im Berichtszeitraum wurden keine Spenden an politische Parteien getätigt.



# Datenschutz

## MANAGEMENTANSATZ

Technische Entwicklungen schaffen immer wieder neue Möglichkeiten der Datenerfassung und -verarbeitung. Infolgedessen steigen Bedeutung und Anforderungen an einen verlässlichen Datenschutz. Mit der EU-Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) wurde im Jahr 2018 ein neues Rahmenwerk für die Verarbeitung von personenbezogenen Daten geschaffen. Als international agierendes Unternehmen verarbeitet die REWE Group in Österreich in ihrer täglichen Arbeit personenbezogene Daten – der Schutz dieser Daten hat dabei oberste Priorität.

## Schutz der Kund:innendaten

### GRI 418

Die Unternehmen der REWE Group in Österreich behandeln personenbezogene Daten grundsätzlich vertraulich. Den Schutz dieser Daten erfüllt das Unternehmen entsprechend den geltenden gesetzlichen Anforderungen. Darauf legt die REWE Group in Österreich – auch vor dem Hintergrund der zunehmenden Online-Angebote ihrer Vertriebsmarken – besonderen Wert.

Jede von Kund:innen oder Aufsichtsbehörden an Unternehmen der REWE Group in Österreich gerichtete Anfrage mit Bezug zum Datenschutz wird dokumentiert, geprüft und bearbeitet. Intern und extern benannte Datenschutzbeauftragte (DSB) wirken auf den gesetzeskonformen Umgang mit personenbezogenen Daten und eingesetzten Verarbeitungsprogrammen hin. Ebenso begleiten sie die Weiterentwicklung unternehmensspezifischer Datenschutz- und Datensicherungsmaßnahmen und beraten die Organisationseinheiten und Fachbereiche.

Der Datenschutzbeauftragte berichtet unmittelbar an die Geschäftsführung der Gesellschaften oder an den Vorstand der REWE International AG. Darüber hinaus wurde im Zuge der Umsetzung der EUDSGVO, welche mit 25. Mai 2018 in Geltung getreten ist, weitere Rollen etabliert um Datenschutz-Compliance auch im Sinne der EU-DSGVO zu gewährleisten: Allen Gesellschaften der REWE Group in Österreich stehen seit 2018 ergänzend Datenschutzkoordinatorinnen (DSK) unterstützend zur Seite.

Diese dienen als koordinierende Verbindungsstelle zwischen den einzelnen Gesellschaften und dem zentral agierenden „Datenschutz-Management Team der RIAG“ (DSM AUT), welches bei sämtlichen Fragestellungen und Projekten zum Thema Datenschutz einzubeziehen ist. Für die Bearbeitung der Betroffenenrechte wurden sogenannte Self-Service Center-Manager:innen (SSC-Manager) ernannt, welchen mit Unterstützung des eigens hierfür ins Leben gerufenen Self-Service Centers die Beantwortung und Dokumentation der Anfragen obliegt.

Als gruppenweites Bündelungsorgan wurde in Köln das „Zentrale Datenschutz-Management“ (DSM) etabliert. Dem DSM obliegt die konzernweite Regelungshoheit für das Thema Datenschutz, die Leitung des REWE Group-Datenschutz Boards, die Konsolidierung des Reportings und es berichtet im Zuge dessen auch an Vorstand und Aufsichtsrat. Weiterhin fördert DSM die Synergien zwischen den Aktivitäten der Datenschutzkoordinatoren und Datenschutzbeauftragten sowie Informations- und Schulungskampagnen für die REWE Group. Ergänzend zum Ausbau der Datenschutzorganisation hat die REWE Group im Zuge der Umsetzung der EU-DSGVO im Berichtszeitraum auch an vielen weiteren Datenschutzthemen gearbeitet und Maßnahmen durchgeführt: von der Umsetzung einer neuen Datenschutzrichtlinie über die Überarbeitung der datenschutzrelevanten Dokumentation bis zur Anpassung der Prozesse, beispielsweise bezüglich der Betroffenenrechte. Darüber hinaus wurden weitere Schulungsangebote für den Umgang mit personenbezogenen Daten etabliert, die auch die Neuerungen bezüglich der EU-DSGVO beinhalten. So soll das Bewusstsein bei den Mitarbeiter:innen weiter gestärkt werden. Die Angebote umfassen ein eLearning zur generellen Stärkung eines sensibleren Umgangs mit personenbezogenen Daten bis hin zu Präsenz-Schulungen, welche für die jeweilige Zielgruppe die praktische Umsetzung in der REWE Group aufzeigen.



## Anfragen, Beschwerden und Meldungen zu Datenschutzverletzungen

### GRI 418-1

Im Berichtsjahr gab es vereinzelt Anfragen zu den Betroffenenrechten. Alle Beschwerden und Meldungen zu potenziellen Datenschutzverletzungen oder -verstößen wurden überprüft, bearbeitet und dokumentiert. 2020 wurden fünf Datenschutzvorfälle aus den österreichischen Gesellschaften der REWE Group gemeldet.

Alle Datenschutzvorfälle wurden auf die zugrundeliegenden Sachverhalte analysiert, technische oder organisatorische Maßnahmen, soweit erforderlich, angepasst und die anfragende Stelle – Betroffener oder Aufsichtsbehörde – über Ergebnisse und eventuelle Maßnahmen informiert.

# Grüne Produkte





# Grüne Produkte

## STRATEGISCHER ANSATZ

Kundenzufriedenheit gehört zu den obersten Zielen der REWE Group in Österreich. Neben der Sicherstellung der günstigen Versorgung bei Grundnahrungsmitteln als zentrale Aufgabe des Lebensmitteleinzelhandels rücken dabei zunehmend nachhaltigkeitsrelevante Kriterien in den Fokus. Obwohl der Preis nach wie vor einen wichtigen Kaufanreiz darstellt, achten Kund:innen bei der Kaufentscheidung zusehends auf ökologische und soziale Faktoren. Allerdings haben Konsument:innen beim Begriff Nachhaltigkeit kein einheitliches Verständnis.

Für die einen geht es um den Natur- oder Ressourcenschutz, während andere eher auf die sozialen Bedingungen oder Tierschutz Wert legen. Die REWE Group in Österreich will diesen Bedürfnissen Rechnung tragen und zugleich immer mehr Menschen von nachhaltigeren Produkten und Dienstleistungen überzeugen. Nachhaltigkeit begreift die REWE Group in Österreich dabei als einen Teil der Geschäftsstrategie, der zum wirtschaftlichen Erfolg beiträgt und einen wichtigen Wachstumstreiber darstellt.

Wer sich genauer mit dem Thema Nachhaltigkeit im Lebensmittelsektor beschäftigt, der weiß auch um die Herausforderungen, die es in den kommenden Jahren zu bewältigen gilt. Als Nahversorger und Produzent von Eigenmarken will die REWE Group in Österreich auch in Zukunft gewährleisten, dass Kund:innen weiterhin die Fülle an qualitativ hochwertigen Lebensmitteln und Produkten in den Regalen von BILLA, MERKUR, PENNY und ADEG finden. Ein wichtiger Baustein dafür sind langfristige und intensive Partnerschaften mit der Landwirtschaft, die Basis nachhaltiger Beschaffung sind.

Mit dem Ausbau des Eigenmarkensortiments übernimmt das Unternehmen auch die Verantwortung für die Gestaltung eines Produktes und nimmt direkten Einfluss darauf über die Definition von Spezifikationen. Dabei kommt der REWE Group in Österreich eine besondere Rolle als Mittler zwischen Herstellern, Dienstleistern und den Konsument:innen zu. Die Herstellung der Eigenmarkenprodukte hat Auswirkungen auf Menschen, Tiere und Umwelt. Die Kund:innen setzen voraus und sollen darauf vertrauen können, dass sich die REWE Group in Österreich als Handelsunternehmen der Verantwortung in den Lieferketten ihrer Eigenmarken bewusst ist und sich der Auswirkungen annimmt.

Die REWE Group in Österreich arbeitet daher daran, vermehrt nachhaltigere Sortimente anzubieten. Dazu zählen im Lebensmittelbereich Bio-Produkte und regionale Produkte sowie Eigenmarkenprodukte, bei denen in der Lieferkette Verbesserungen erzielt wurden.

Die Vision der Nachhaltigkeitssäule „Grüne Produkte“ lautet: „Wir erfüllen Kund:innenerwartungen, profilieren uns mit nachhaltigeren Lieferketten im Wettbewerb und minimieren unser Risiko“.

Sie bildet das Dach der Strategie, die auf eine aktive Gestaltung nachhaltigerer Sortimente und die Förderung des Konsums nachhaltigerer Produkte abzielt.

Grundlage von Strategieadaptierungen sind umfassende Analysen der Nachhaltigkeitsrisiken und Auswirkungen der REWE Group in Österreich in den Lieferketten der Eigenmarkenprodukte. Weitere wichtige Bausteine der Strategieentwicklung sind Befragungen von Stakeholdern und Kund:innen sowie politische und wissenschaftliche Analysen und Zielsetzungen (z.B. der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen).



# Grüne Produkte

Die Analyse hat unter anderem aufgezeigt, dass insbesondere die Rohstoffgewinnung und Verarbeitung der Produkte eine hohe Relevanz mit Blick auf Nachhaltigkeitskriterien haben. Die gesamtheitliche Betrachtung der Lieferkette ist ein wichtiges Element der Nachhaltigkeitsstrategie, die zunehmend integraler Bestandteil der Einkaufsprozesse wird und einen engen Austausch mit direkten und indirekten Lieferanten erfordert.

## Aus der Analyse haben sich folgende Handlungsfelder ergeben:

- Bewusste Ernährung
- Fairness und Sozialstandards
- Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung)
- Tierwohl

Die Strategie wird durch einen Managementansatz umgesetzt, welcher die Prinzipien und Instrumente zur Umsetzung der Maßnahmen definiert. Im Rahmen dieses Managementansatzes werden die Handlungsfelder jeweils auf folgenden Ebenen bearbeitet:

## 1. INTERNES MANAGEMENT

Ziel ist es, nachhaltige Beschaffung weiter in die Einkaufsprozesse der REWE Group in Österreich zu integrieren, sodass Nachhaltigkeitsaspekte bei Einkaufsentscheidungen bestmöglich berücksichtigt werden können. Dabei legt das Unternehmen durch strategische und organisatorische Projekte die Basis für konkrete Aktivitäten. Die REWE Group in Österreich trägt beispielsweise durch die Bereitstellung von Informationen auf Basis von Risikoanalysen und Briefings, die Abstimmung von verbindlichen Zielen mit den Einkaufsbereichen sowie durch Schulungen zu Nachhaltigkeitsthemen zur internen Sensibilisierung bei. Interne Reportings ermöglichen eine kontinuierliche Weiterentwicklung innerhalb der einzelnen Nachhaltigkeitsthemen. Darüber hinaus gibt es ein Monitoring über die Umsetzung der Leitlinien, deren Ergebnisse mit den verantwortlichen Führungskräften besprochen werden. Bei negativen Veränderungen werden entsprechende Maßnahmen gesetzt.

## 2. LIEFERKETTENMANAGEMENT

Risiken in der Lieferkette werden den Handlungsfeldern Bewusste Ernährung, Fairness und Sozialstandards, Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) und Tierwohl zugeordnet. Die Nachhaltigkeitsrisiken, die bezüglich dieser Handlungsfelder in der Lieferkette auftreten, geht die REWE Group in Österreich gezielt durch Lieferkettenmanagement an,

welches von enger Zusammenarbeit mit Lieferanten und dem Engagement auf Ebene der Produktionsstätten und der Rohstoffherzeugung geprägt ist. Durch das Lieferkettenmanagement erhöht die REWE Group in Österreich zunächst, wo noch nicht vorhanden, die Transparenz entlang der Lieferkette für die Eigenmarkenprodukte. So können Risiken identifiziert und dann zielgenauer vermieden bzw. direkt adressiert werden. Darüber hinaus wird die Integration von Nachhaltigkeit als Teil der Lieferantenbewertung gefördert und durch Sensibilisierung und Verpflichtungen der Vertragspartner werden konkrete Regeln geschaffen, um Nachhaltigkeit über die gesamte Lieferkette umzusetzen. Audits und Standards sollen dabei Nachhaltigkeit in der Breite verbessern. Individuelle Maßnahmen, Trainingsprogramme und Nachhaltigkeitsprojekte zur Lieferantenentwicklung zielen darauf ab, Auswirkungen entlang der Lieferkette gezielt zu reduzieren.

## 3. STAKEHOLDER-MANAGEMENT

Die Herausforderungen zur Bearbeitung von Nachhaltigkeitsrisiken in der Produktion der Eigenmarkenprodukte liegen oft in den globalen Handelsstrukturen und werden durch politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen beeinflusst. Ein wichtiger Ansatzpunkt zur Identifikation der relevanten Themen und zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie ist daher ein gutes Stakeholder-Management. Dazu arbeitet das Unternehmen eng mit Stakeholdern zusammen, etwa über verschiedene Fachgremien wie der ARGE Gentechnikfrei oder im Rahmen des Stakeholderforums der REWE Group in Österreich. Mittels Teilnahme an externen Veranstaltungen, Multi-Stakeholder-Foren, Brancheninitiativen oder Partnerschaften wird an der Weiterentwicklung von Nachhaltigkeitsstandards mitgearbeitet. Außerdem werden dadurch Informationen zu relevanten Entwicklungen auf politischer und regulativer Ebene direkt aufgenommen.

Gleichzeitig wird dadurch auch Transparenz nach Außen sichergestellt, indem Stakeholder direkt von Mitarbeiter:innen über Nachhaltigkeitsaktivitäten informiert werden. Für die Umsetzung der Maßnahmen und die Erreichung der gesetzten Ziele ist der Bereich Nachhaltigkeit gemeinsam mit dem Einkauf und dem Category Management verantwortlich. Innerhalb des definierten Strategieprozesses werden die identifizierten Aspekte und Fokusthemen je Handlungsfeld für jeden Warenbereich gemeinsam mit dem Einkauf und dem Category Management priorisiert und mit konkreten Maßnahmen hinterlegt. Hierbei werden auch klare Ziele und Verantwortlichkeiten abgestimmt.



## HANDLUNGSFELDER

Innerhalb der vier Handlungsfelder wurden folgende Fokusthemen abgeleitet und mit konkreten Maßnahmen hinterlegt:

### BEWUSSTE ERNÄHRUNG

Die REWE Group in Österreich setzt sich für eine vielfältige und gesunde Ernährung ein. Das Unternehmen bietet seinen Kund:innen ein breites Sortiment zur ausgewogenen Ernährung mit natürlichen Inhaltsstoffen an. Schwerpunkte sind die Reduzierung von kritischen Inhaltsstoffen, die Erhöhung der Lebensmittelsicherheit und die Reduktion des Pestizideinsatzes. Viele Eigenmarkenartikel wurden bereits hinsichtlich Zucker optimiert. Bis 2023 sollen bei 200 Artikel des Eigenmarken-Sortiments die Rezepturen überarbeitet werden, um bei noch mehr Produkten eine Zucker- bzw. Salzreduktion umzusetzen. Dabei werden keine alternativen Süßungsmittel als Ersatz genutzt. Auch soll der Zuckergehalt der Produkte Schritt für Schritt reduziert werden, damit sich die Kund:innen langsam an den neuen Geschmack gewöhnen.

### FAIRNESS UND SOZIALSTANDARDS

In einer globalisierten Welt mit komplexen Handelsbeziehungen und einem starken wirtschaftlichen Gefälle zwischen Entwicklungs- und Industrieländern herrscht ein ungleiches Machtverhältnis. Dies kann zu sozialen Problemen wie fehlenden existenzsichernden Einkommen oder Zwangs- und Kinderarbeit führen. Die REWE Group in Österreich setzt sich für die Verbesserung von Arbeitsbedingungen und die Einhaltung von Menschenrechten in ihren Lieferketten ein. Der Umgang mit den Partnern soll vertrauensvoll und fair sein.

### ARTENVIELFALT UND LEBENSÄUERE (RESSOURCENSCHONUNG)

Die Nutzung natürlicher Ressourcen und die Konkurrenz um knappe Ressourcen wie Frischwasser, Land und Rohstoffe steigen weltweit. Gleichzeitig nehmen damit globale Umweltprobleme wie Klimawandel, Bodendegradierung oder Biodiversitätsverlust zu. In der Lieferkette der REWE Group in Österreich entstehen bei der Herstellung von Produkten Umwelteffekte. Die REWE Group in Österreich nimmt ihre Verantwortung wahr und setzt sich für den Schutz natürlicher Ressourcen, den Erhalt von Biodiversität und für die Stärkung von Lebensräumen ein. Auf diese Weise sollen Auswirkungen auf die Aspekte Biodiversität, Klima und Luft, Wasser und Boden sowie durch Plastik und Verpackungen nachhaltig reduziert werden. Um die Versorgung mit regionalen Produkten langfristig sicherzustellen, wurde dem Erhalt bzw. der Förderung der Biodiversität in Österreich ein besonderer Schwerpunkt eingeräumt.

### TIERWOHL

Die Nutztierhaltung ist ein wesentlicher Zweig der landwirtschaftlichen Produktion – die Haltungsbedingungen sind für das Wohlbefinden der Tiere entscheidend. In heutigen Produktionssystemen sind diese Bedingungen nicht immer an die natürlichen Bedürfnisse der Tiere angepasst. Darüber hinaus werden häufig routinemäßige Eingriffe am Tier durchgeführt, um die Tierhaltung in den konventionellen Haltungssystemen zu ermöglichen. Als Lebensmittelhändler setzt sich die REWE Group in Österreich für die Verbesserung der Haltungsbedingungen von Tieren und die Reduktion von Eingriffen am Tier ein. Dies umfasst tiergerechte Haltungsbedingungen, die Vermeidung von schmerzhaften Eingriffen sowie die Nutzung alternativer Rassen und die Limitierung der Überzüchtung.

### ZIELE UND KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPIs)

Für die Handlungsfelder wurden in den letzten Jahren Ziele und KPIs für die Eigenmarken definiert und verabschiedet. Der Status der Zielerreichung wird mithilfe der definierten KPIs überprüft und im Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht.

### In folgendem werden ausgewählte Ziele dargestellt:

#### Handlungsfeld Bewusste Ernährung

- Bis 2023 werden bei 200 Artikel des Eigenmarken-Sortiments die Rezepturen überarbeitet, um bei noch mehr Produkten eine Zucker- bzw. Salzreduktion umzusetzen.

#### Handlungsfeld Fairness und Sozialstandards

- Seit 2016 müssen alle internationalen Erzeuger von Obst- und Gemüseprodukten soziale Mindeststandards in Form von externen Audits (z.B.: GRASP, SA8000, SAN, ETI, BSCI) belegen.
- Seit 2016 werden sämtliche Rohkakaomengen für Eigenmarken aus nachhaltigeren Erzeugerstrukturen bezogen. Dies wird vor allem durch die Verwendung der Sozialstandards Fairtrade und UTZ sichergestellt.
- Seit 2019 müssen alle Produktionsstätten von Eigenmarken in Risikoländern den Nachweis eines anerkannten sozialen Standards erbringen.



# Grüne Produkte

## Handlungsfeld Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung):

- Seit 2012 gilt das strategische Ziel des überproportionalen Wachstums des Bio-Sortiments im Vergleich zu konventionellen Artikeln (Eigen- und Industriemarken) für die ganze REWE Group in Österreich.
- 100% umweltfreundlichere Eigenmarken-Verpackungen bis 2030.
- Bis 2025 1.000 Hektar für den Artenschutz langfristig sichern.
- Seit 2014 sind alle Palmölbestandteile bei Eigenmarken aus zertifizierter Produktion.
- Seit 2003 unterliegen alle Obst und Gemüse Produkte den strengen Kriterien des Pestizidreduktionsprogramm (PRP) der Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000.
- Umsetzung der Detox-Kampagne von Greenpeace: Bis 2020 sichere Eigenmarken-Textilproduktion ohne gefährliche Chemikalien.
- Seit 2009 Eigenmarken-Fische und Meeresfrüchte nur mehr aus nachhaltigerer Fischerei.

## Handlungsfeld Tierwohl

- Seit 2013 Zertifizierung oder eindeutiger Nachweis, dass bei der Herstellung von Artikeln unter einer Eigen- oder Exklusivmarke nur Eier und Eiprodukte aus Bodenhaltung oder Freilandhaltung Verwendung finden.
- Seit 2015 Bruderhahnaufzucht bei allen „Ja! Natürlich“ Frischeiproduzenten.

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Bei ihren Aktivitäten hat die Säule „Grüne Produkte“ auch die globalen Ziele einer nachhaltigen Entwicklung im Blick. Dazu hat die REWE Group in Österreich im Berichtszeitraum ihre Nachhaltigkeitsstrategie mit den Sustainable Development Goals (SDGs) abgeglichen und die für sie relevanten SDGs identifiziert und priorisiert (siehe Abschnitt Strategie). Drei der höchstbewerteten SDGs fallen in den Verantwortungsbe- reich der Säule „Grüne Produkte“: SDG 12: Verantwortungsvoller Konsum, SDG 15: Leben an Land, SDG 14: Leben unter dem Wasser.

## REPORTING

In den folgenden Abschnitten des GRI-Berichts sind alle Ansätze, Daten und Themen der „Grüne Produkte“ Produkte zu finden:

- Biodiversität
- Fokusrohstoffe – Food
- Fokusrohstoffe – Non-Food
- Kinder- und Zwangsarbeit
- Kundengesundheit und Produktsicherheit
- Nachhaltigen Konsum fördern
- Ökologische Aspekte in der Lieferkette
- Produktbezogene Risikoanalyse
- Regionalität
- Soziale Aspekte in der Lieferkette
- Tierwohl
- Verpackungen



# Produktbezogene Risikoanalysen

## RISIKOMANAGEMENT

Die REWE Group in Österreich ist bestrebt, ökologische und soziale Auswirkungen ihres Handelns, wo immer möglich, zu reduzieren. Um dies umsetzen zu können, führt das Unternehmen auf verschiedenen Ebenen Analysen zur Bewertung von sozialen und ökologischen Risiken durch. Auf Ebene von Warengruppen oder Rohstoffen zur Formulierung von Strategien sowie auf Ebene einzelner Produkte, Themen oder Länder, um einzelne Maßnahmen zu konkretisieren. In diesem Rahmen werden die eigenen Leistungen und Fortschritte in der Minimierung von Risiken kontinuierlich geprüft. Zielkonflikte reflektiert die REWE Group in Österreich sowohl mit Expert:innen im eigenen Unternehmen als auch mit externen Anspruchsgruppen.

## Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip

### GRI 102-11

Als international tätiges Handelsunternehmen ist die REWE Group in Österreich im Rahmen der Geschäftstätigkeiten unterschiedlichen wirtschaftlichen Risiken wie beispielsweise logistische Risiken, Preisentwicklung, Gesetze und Vorschriften mit zum Teil kurzen Reaktionszeiten ausgesetzt. Ein einheitliches Risikomanagement begegnet diesem Gefahrenpotenzial erfolgreich und sichert nachhaltig Chancen. Die Führungs- und Aufsichtsgremien werden halbjährlich über die aktuelle Risikolage in standardisierter Form unterrichtet. Hierzu melden die Risikoverantwortlichen über Inventuren stichtagsbezogen melderelevante Einzelrisiken aus den Risikofeldern. Risiken mit ähnlichen Inhalten und Ursachen werden anschließend auf Ebene der Konzerne zu Risikoarten aggregiert und gemäß ihrem Bedrohungspotenzial für die Geschäftstätigkeit, Finanz- und Ertragslage, Cashflows sowie Reputation bezüglich der Konzernrelevanz als hoch, mittel oder gering klassifiziert.

## ANALYSE DER SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN RISIKEN IN DEN LIEFERKETTEN

Die Risikoanalyse dient dazu, die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Mensch und Umwelt zu ermitteln sowie zu bewerten. Ziel ist, einen umfassenden Überblick entlang der Wertschöpfungsketten zu erlangen. So soll identifiziert werden,

welche wesentlichen negativen ökologischen und sozialen Auswirkungen die Eigenmarkenprodukte haben und an welchen Stellen diese auftreten. Eine umfassende Analyse stellt damit die Basis für die strategische Ausrichtung im Bereich nachhaltigerer Sortimente dar und dient der Entscheidung, welche Maßnahmen mit welcher Priorität ergriffen werden – mit dem Ziel, ermittelte Risiken zu minimieren und Chancen zu nutzen. So wurden die Informationen zur Ausarbeitung der Strategie verwendet, in der Themen, Key Performance Indikatoren (KPIs), Ziele und Maßnahmen definiert sind. Die Analysen gliedern sich normalerweise in zwei Stränge: eine qualitative und eine quantitative Analyse. Im Rahmen der qualitativen Untersuchung werden wissenschaftliche Studien und Reports ausgewertet und Interviews mit EinkäuferInnen und Expert:innen geführt, um wesentliche Nachhaltigkeitsthemen entlang der Wertschöpfungsketten zu ermitteln. Hierbei werden neben den ökologischen Auswirkungen vor allem auch die Risiken im Bereich Arbeitsbedingungen und Menschenrechte identifiziert.

Der quantitativen Analyse auf Basis einer Input-Output-Analyse liegt ein volkswirtschaftliches Modell zugrunde. Hierzu werden die ökologischen Auswirkungen in der Lieferkette wie beispielsweise Treibhausgasemissionen ermittelt und in monetäre Beträge umgerechnet. Die sozialen Auswirkungen werden beurteilt, indem u.a. die qualitativen Untersuchungen mit dem Einkaufsvolumen des Unternehmens sowie mit Informationen über Produktions- und Ursprungsländer verknüpft werden, um ökologische und soziale Risiken spezifisch monetär zu bewerten. So können für einzelne Warengruppen die externen Kosten des eigenen Wirtschaftens quantifiziert werden. Auf diese Weise können die ökologischen und sozialen Hot Spots faktenbasiert in der Wertschöpfungskette identifiziert und besonders risikoreiche Warengruppen und Fokusrohstoffe ermittelt werden.

Mithilfe der Analysen konnte festgestellt werden, dass die Auswirkungen schwerpunktmäßig in den Lieferkettenstufen des Rohstoffanbaus und der Verarbeitung stattfinden. Sie stehen daher im Fokus der Aktivitäten der REWE Group in Österreich. Folgende besonders kritische Rohstoffe ergaben sich aus den Analysen: Obst und Gemüse, Fleisch und Milchprodukte inklusive Futtermitteln für Tiere, Kakao, Palmöl, Fisch und Textilien.



# Regionalität

## ANTEIL AN AUSGABEN FÜR LOKALE LIEFERANTEN

### GRI 204-1

Kund:innen und Kunden verbinden den Begriff Nachhaltigkeit nach wie vor am stärksten mit Regionalität. Im Zentrum steht der regionale Lebensraum, in dem Menschen leben und arbeiten und wo sie sozial eingebunden sind. Das Engagement der REWE Group in Österreich für den Erhalt und die Unterstützung des Lebensraums (Infrastrukturmaßnahmen, Arbeitsplätze, Landwirtschaft, Sponsoring, u.a.) hat einen unmittelbaren positiven Einfluss auf die dort lebenden Menschen. Eine Auseinandersetzung mit der Herkunft von Produkten ist für viele Österreicherinnen und Österreicher mittlerweile selbstverständlich geworden. Insbesondere die regionale Herkunft der Produkte ist dabei vielen Kund:innen wichtig. Ein regionales Sortiment stärkt Landwirte und Betriebe aus dem Umland – und damit auch den Lebensraum von Kund:innen. Gleichzeitig können kurze Transportwege und Saisonalität für einen geringeren ökologischen Fußabdruck sorgen.

Das Angebot von regionalen Lebensmitteln und Produkten hat bei den Kund:innenumfragen der REWE Group in Österreich zur Nachhaltigkeit nach wie vor einen sehr hohen Stellenwert. Als Hauptgründe werden kurze Transportwege, besondere Frische und Unterstützung der heimischen Landwirtschaft angeführt. Die REWE Group in Österreich hat ihre regionalen Sortimente in den letzten Jahren stark ausgebaut. Grundlagen dafür sind langfristige Beziehungen mit Lieferanten in der Region sowie die transparente und aufmerksamkeitsstarke Kommunikation der besonderen Qualität dieser Produkte an die Konsument:innen.

Insgesamt belieferten 2020 über 2.500 Lieferanten aus Österreich die Geschäfte der REWE Group in Österreich mit rund 94.000 Artikeln. Das „Ja! Natürlich“ Sortiment umfasst rund 1.100 Produkten und besteht zu 80 Prozent aus österreichischen Rohstoffen. Rund 7.000 österreichische Bio-Landwirte und 160 heimische Partnerbetriebe beliefern dazu „Ja! Natürlich“. Ein weiterer wichtiger Schritt war 2018 die Einrichtung eines eigenen Einkaufsbereiches für regionale Produkte, deren Mitarbeiter:innen direkt auf kleine Betriebe und Produ-

zenten zugehen. Durch den persönlichen Kontakt konnten auch die teilweise sehr umfassenden Voraussetzungen für die Einlistung neuer Lieferanten vereinfacht und Hürden in der Zusammenarbeit überwunden werden.

### KENNZEICHNUNG REGIONALER PRODUKTE

2014 wurde die Regionalmarke „Da komm' ich her!“ bei BILLA, MERKUR und ADEG eingeführt. 2020 konnten damit über 93 Millionen Kundenkontakte erreicht werden. Das Sortiment der Eigenmarke umfasst saison- und regionsabhängiges frisches Obst und Gemüse sowie Eier und beinhaltet mittlerweile 226 Artikel.

Seit 2013 bietet BILLA mit dem „Regional Regal“ lokalen Betrieben eine Plattform für ihre Produkte. Insgesamt liefern in Österreich knapp 200 Produzenten aus 32 Regionen rund 600 regionale Spezialitäten. Die Palette reicht von Honig über Säfte bis hin zu Knabbergebäck. Im Durchschnitt finden sich in jedem BILLA Regional Regal etwa 40 verschiedene Artikel. Mit der „Marktplatz Österreich“ Initiative bietet MERKUR regionalen Betrieben und Direktvermarktern eine Bühne für ihre Produkte. Insgesamt 7.000 Produkte von 500 lokalen Lieferanten sind in den MERKUR Märkten erhältlich. In der Zusammenarbeit wird Wert auf eine faire Geschäftsbeziehung gelegt, die Lieferanten erhalten zudem Unterstützung bei Vermarktung, Logistik oder Warenkennzeichnung.



# Regionalität

Unter der PENNY Eigenmarke „Ich bin Österreich“ werden Kund:innen Produkte angeboten, die nach typisch österreichischer Rezeptur hergestellt werden und deren Zutaten zu 100 Prozent aus Österreich stammen. 2020 umfasste das Sortiment der Eigenmarke rund 200 Artikel. Insgesamt konnten 2020 mit „Ich bin Österreich“ Artikeln über 107 Millionen Kundenkontakte erzielt werden.

## Regionalmarke „Da komm' ich her!“<sup>1</sup>

	2018	2019	2020
<b>Kundenkontakte<sup>2</sup></b>	86.317.000	84.261.000	93.803.000
<b>Artikelanzahl<sup>3</sup></b>	255	256	226

1 BILLA, MERKUR und Sutterlüty in Österreich.

2 Kundenkontakte werden anhand der Scannermengen von den einzelnen Produkten erhoben.

3 Nur Artikel mit einem Umsatz von mehr als 50 Euro im Jahr.

## Anteil österreichische Rohstoffe in ausgewählte Bereichen

- Gesamtangebot an österreichischem Obst und Gemüse (Jahresdurchschnitt): 55%
- Obst und Gemüse aus österreichischer Produktion: 160.000 Tonnen
- Anteil österreichische Äpfel: 90%
- Anteil österreichische Trinkmilch 100%
- Anteil österreichische Milchprodukte (exkl. Trinkmilch) 72%
- Anteil österreichisches Bio-Fleisch 100%
- Anteil österreichisches Schweinefleisch (konventionelle Produktion) 100%
- Anteil österreichisches Rindfleisch (konventionelle Produktion) 100% (bis auf wenige Spezialitäten)
- Anteil österreichisches Huhn (konventionelle Produktion) 100%
- Anteil österreichische Frischeier 100%
- Anteil österreichisches Brot und Gebäck 100% (bis auf wenige Spezialitäten)



# Fokusrohstoffe – Food

## EINKAUFSVOLUMEN IN ÜBEREINSTIMMUNG MIT DEN LEITLINIEN DES UNTERNEHMENS

### GRI FP1

Insbesondere in den Lieferkettenstufen des Rohstoffanbaus und der Verarbeitung gibt es ökologische Herausforderungen sowie ein erhöhtes Risiko der Missachtung von Arbeits- und Sozialstandards. Sie stehen daher im Fokus der Aktivitäten der REWE Group in Österreich. Im Rahmen von produktbezogenen Risikoanalysen ermittelte die REWE Group in Österreich folgende kritische Rohstoffe im Food-Bereich: Obst und Gemüse allgemein, Fleisch und Milchprodukte inklusive Futtermittel für Tiere, Kakao, Palmöl und Fisch.

Nachhaltigkeit ist als fester Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt.

Im Rahmen der Handlungsfelder Bewusste Ernährung, Fairness und Sozialstandards, Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) sowie Tierwohl werden wirksame Maßnahmen in der Säule „Grüne Produkte“ entwickelt, um negative ökologische und soziale Auswirkungen zu reduzieren. Innerhalb dieser Handlungsfelder spielen die Aktivitäten zu den Fokusrohstoffen im Food-Bereich eine besondere Rolle. Die REWE Group in Österreich arbeitet kontinuierlich daran, ihre Lieferketten sozial und ökologisch verträglicher zu gestalten. Dabei setzt das Unternehmen auf international anerkannte produktbezogene Zertifizierungsstandards, arbeitet gemeinsam mit der Branche an Initiativen, setzt eigene Projekte auf und formuliert eigene Anforderungen im Rahmen von Leitlinien. Im Folgenden werden die wichtigsten Ansätze für einzelne Rohstoffe vorgestellt.

### OBST UND GEMÜSE

Von Lieferanten landwirtschaftlicher Primärprodukte im Obst- und Gemüsebereich verlangt die REWE Group in Österreich, dass sie sich im Rahmenvertrag zur Einhaltung der Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) im Rahmen der jeweils geltenden nationalen Gesetzgebung verpflichten. Dazu gehört auch die rechtmäßige Zahlung von

mindestens dem geltenden gesetzlichen, tariflichen oder vertraglich vereinbarten Lohn. Beide Anforderungen sind verpflichtend und müssen von den Lieferanten belegt werden können. Die Lieferanten stehen zudem in der Verantwortung, diese Anforderungen auch für ihre Zulieferer sicherzustellen. Seit 2016 müssen alle Erzeuger von Obst- und Gemüseprodukten die Einhaltung der oben benannten Anforderungen in Form von externen Audits (zum Beispiel GLOBALG.A.P. Risk Assessment on Social Practice (GRASP), SA8000, Sustainable Agriculture Network (SAN), amfori BSCI) belegen. Die Ergebnisse der Audits werden zweimal im Jahr in Performancegesprächen mit den Lieferanten besprochen und falls notwendig Verbesserungen eingefordert.

Neben den sozialen Aspekten in der Obst- und Gemüseproduktion engagiert sich die REWE Group in Österreich auch für die Minderung der ökologischen Auswirkungen. Dazu zählt die Zusammenarbeit mit ökologischen Standards wie Rainforest Alliance oder Fairtrade und besonders die Umsetzung des Pestizidreduktionsprogramms (PRP) der Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000 seit 2003.

### PALMÖL

Zunehmender Palmölanbau führt zu einem Verlust von Torf- und Regenwäldern. Dadurch wird der lokalen Bevölkerung häufig ihre Lebensgrundlage entzogen und Lebensräume für wertvolle Arten gehen verloren. Zudem werden durch die Rodung der Regenwälder große Mengen CO<sub>2</sub> freigesetzt.

Vor diesem Hintergrund hat die REWE Group Anfang 2011 mit der Leitlinie für Palmöl- und Palmkernölerzeugnisse das Ziel formuliert, für ihre Eigenmarken ausschließlich Palmöl aus nachhaltigerer Produktion zu verwenden. Um dies zu gewährleisten, setzt die REWE Group in Österreich vornehmlich auf den Zertifizierungsstandard des Runden Tisches für nachhaltiges Palmöl (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO), bei dem die REWE Group seit 2011 Mitglied ist. Bei der Beschaffung von zertifiziertem Palmöl gibt es vier Handelsmodelle in den Lieferketten, die unterschiedliche Ansprüche an die Rückverfolgbarkeit des Rohstoffs zu den Plantagen stellen. Seit 2014 bezieht die REWE Group in Österreich ausschließlich zertifiziertes Palmöl. Seit 2018 verzichtet „Ja! Natürlich“ als erste Handelsmarke in Österreich gänzlich auf Palmöl und stellte ihre Produkte auf alternative – vor allem heimische Pflanzenöle – um.



## Fokusrohstoffe – Food

Die Ziele der Leitlinie Palmöl sind auch Teil einer Selbstverpflichtung, die die REWE Group als Mitglied des Forums Nachhaltiges Palmöl (FONAP) 2015 unterzeichnet hat. Die Mitglieder des FONAP haben sich verpflichtet, ausschließlich nachhaltig zertifiziertes Palmöl, Palmkernöl sowie deren Derivate und Fraktionen in ihren Produkten zu verwenden. Mit den ambitionierten Zielen der Selbstverpflichtung soll die Rückverfolgbarkeit des verwendeten Palmöls unter der Einhaltung definierter Zusatzkriterien langfristig sichergestellt werden. Dazu gehört auch, Palmöl über das anspruchsvolle Handelsmodell Segregation zu beziehen, bei dem nachhaltig zertifizierte Ware entlang der gesamten Lieferkette durchgängig von nicht zertifizierter Ware getrennt wird. Unter der Berücksichtigung der individuellen Zielsetzung je Palm(kern)ölerzeugnis erzielte die REWE Group in Österreich im Jahr 2020 mit allen Eigenmarkenprodukten einen Gesamterfüllungsgrad von fast 100 Prozent.

Es wird gemeinsam mit den Lieferanten daran gearbeitet, die letzten Prozent zur Vervollständigung der Ziele zu erreichen. Die Anforderungen sind insbesondere für kleinere Lieferanten mit komplexen Lieferkettenstrukturen eine Herausforderung. Einzelne Lieferanten konnten zum Beispiel die Umstellung auf das Handelsmodell Segregation erst sukzessive umsetzen, da die Etablierung separater Warenströme sehr aufwendig ist. Dies gilt insbesondere, wenn ein Lieferant nur eine kleine Menge seiner Gesamtproduktion umstellt.

### KAKAO

Ein Großteil der weltweiten Rohkakaoproduktion stammt aus Westafrika und findet in erster Linie in kleinbäuerlichen Familienbetrieben statt. Die Kakaobauern haben dort mit schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen zu kämpfen und leben mit ihren Familien oft unterhalb der Armutsgrenze. In der Folge fehlen notwendige Investitionsmittel und es herrschen häufig schlechte Arbeitsbedingungen. Dies führt bis hin zu ausbeuterischen Formen der Kinderarbeit (für mehr Informationen siehe Abschnitt Kinder- und Zwangsarbeit). In der Leitlinie für Kakaoerzeugnisse hat die REWE Group in Österreich sich zu dem Ziel bekannt seit 2015 sämtliche Rohkakaomengen für ihre Eigenmarken aus nachhaltigeren Erzeugerstrukturen zu beziehen. Dies wird durch die Verwendung der Standards Fairtrade, Fairtrade Sourcing Program, Rainforest Alliance und UTZ sichergestellt. Im Jahr 2020 betrug der Anteil an zertifiziertem Kakao bei allen Eigenmarken 100 Prozent.

### FISCH

Der steigende Bedarf an Fisch und Meeresfrüchten führt dazu, dass ein Großteil der weltweiten Fischbestände stark

unter Druck steht und zum Teil bereits überfischt ist. Die REWE Group in Österreich hat sich daher im Rahmen ihrer Leitlinie für Fische, Krebs- und Weichtiere dazu verpflichtet, zunehmend Fischprodukte aus nachhaltigerer und zertifizierter Fischerei und Aquakultur zu beziehen und dies dem Verbraucher transparent darzustellen. Im Eigen- und Industriemarkensortiment der REWE Group in Österreich finden sich unter anderem über 400 MSC- und rund 70 ASC-zertifizierte Fischprodukte.

### SOJA ALS FUTTERMITTEL

In der konventionellen Nutztierhaltung wird für eine ausreichende Eiweißversorgung der Tiere in vielen Fällen auf aus Übersee importierten Sojaschrot zurückgegriffen, der häufig von gentechnisch veränderten Sorten stammt. Die REWE Group in Österreich hat deswegen in ihrer Leitlinie für Soja als Futtermittel unter anderem die Gentechnikfreiheit von Soja als Anforderung für die Erzeuger von Eigenmarkenprodukten festgelegt. Die Umsetzung dieser Anforderung erfolgt individuell für jede Nutztierspezies. Für den Nachweis der gentechnikfreien Fütterung setzt die REWE Group in Österreich auf das Siegel der ARGE Gentechnikfrei. Das gesamte Frischei-, Frischmilch und Hühnerfleisch–Eigenmarkensortiment der REWE Group in Österreich sowie Produkte mit dem „Fair zum Tier“ Siegel stammt aus gentechnikfreier Fütterung.



# Fokusrohstoffe – Non-Food

## EINKAUFSVOLUMENS IN ÜBEREINSTIMMUNG MIT DEN LEITLINIEN DES UNTERNEHMENS

### GRI FP1

Insbesondere in den Lieferkettenstufen des Rohstoffanbaus und der Verarbeitung gibt es ökologische Herausforderungen sowie ein erhöhtes Risiko der Missachtung von Arbeits- und Sozialstandards. Sie stehen daher im Fokus der Aktivitäten REWE Group in Österreich. Im Rahmen einer Analyse wurden folgende kritische Rohstoffe im Non-Food-Bereich ermittelt: Textilien und hormonell wirksame Inhaltsstoffe bei Drogerieartikeln.

Nachhaltigkeit ist als fester Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt.

Im Rahmen der Handlungsfelder Bewusste Ernährung, Fairness und Sozialstandards, Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) und Tierwohl werden wirksame Maßnahmen in der Säule „Grüne Produkte“ entwickelt, um negative ökologische und soziale Auswirkungen zu reduzieren. Innerhalb dieser Handlungsfelder spielen die Aktivitäten zu den Fokusrohstoffen im Food-Bereich eine besondere Rolle.

Die REWE Group in Österreich arbeitet kontinuierlich daran, ihre Lieferketten sozial und ökologisch verträglicher zu gestalten. Dabei setzt das Unternehmen auf international anerkannte produktbezogene Zertifizierungsstandards, arbeitet gemeinsam mit der Branche an Initiativen, setzt eigene Projekte auf und formuliert eigene Anforderungen im Rahmen von Leitlinien. Im Folgenden werden die wichtigsten Ansätze für einzelne Rohstoffe vorgestellt.

### NACHHALTIGE DROGERIEARTIKEL

Im Jahr 2014 führte BIPA die umweltfreundliche Eigenmarke „bi good“ ein. Die „bi good“ Produkte sind durch unabhängige Gütesiegeln wie das NATRUE-Siegel, das EU Ecolabel, der Blaue Engel, das Vegan-Siegel oder das Österreichische Umweltzeichen zertifiziert und umweltfreundlicher verpackt.

Um den Anforderungen an eine nachhaltigere Eigenmarke gerecht zu werden, wurde der „bi good“ Codex entwickelt. Der Codex umfasst Richtlinien für die gesamte Produktionskette. Alle „bi good“ Produkte werden ressourcenschonend auf Basis nachwachsender Rohstoffe hergestellt und sind innerhalb kurzer Zeit biologisch abbaubar. Bei den Verpackungsmaterialien wird auf den größtmöglichen Recyclinganteil geachtet. So bestehen die „bi good“ Waschmittelflaschen – wie Eierkartons – aus Formfasermaterial, welches zu 100 Prozent aus Altpapier gewonnen wird.

Seit 2014 ist das Sortiment stetig gewachsen und umfasste 2020 über 140 Pflegeprodukte und 40 Haushaltsprodukte. Die Pflegeprodukte sind frei von synthetischen Farb- und Duftstoffen, Paraffinen, Parabenen, Silikonen und Aluminiumchloriden sowie zu 100 Prozent gentechnikfrei hergestellt. Ausgehend von einem Kosmetik-Check der Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000 zu hormonell wirksamen Inhaltsstoffen stellte BIPA 2014 als erster österreichischer Drogeriehändler sein gesamtes Eigenmarkensortiment im Bereich der Kosmetik- und Körperpflegeprodukte auf „hormonfrei“ um. Hormonell wirksame Chemikalien stehen im Verdacht, biologische Entwicklungsprozesse zu stören und dadurch einen negativen Einfluss auf Föten im Mutterleib, Kleinkinder und Pubertierende zu haben.

### TEXTILIEN

Um die ökologischen Auswirkungen in der Lieferkette von Textilien zu verbessern hat sich die REWE Group in Österreich im Jahr 2014 der Detox-Kampagne von Greenpeace angeschlossen und ein entsprechendes Programm für seine Eigenmarken in den Warengruppen Kleidung, Schuhe und Heimtextilien aufgesetzt. Das Ziel ist eine sichere Textilproduktion ohne gefährliche Chemikalien bis zum Jahr 2020. Dazu arbeitet das Unternehmen gemeinsam mit seinen Lieferanten daran, den Einsatz von sichereren Chemikalien zu steigern und gefährliche Chemikalien systematisch aus der Textilproduktion zu eliminieren.



## Fokusrohstoffe – Non-Food

Chemikalien kommen vor allem in den so genannten Nassprozessen der Textilproduktion wie dem Färben, Bleichen oder Waschen zum Einsatz. Wenn bei diesen Arbeitsschritten gefährliche Substanzen verwendet werden, kann dies zu einer Gesundheitsgefährdung der Arbeiter in den Fabriken führen. Gelangen die Chemikalien über das Abwasser der Fabriken in die Umwelt, können Gewässer und andere Ökosysteme dadurch Schaden nehmen. Bei der Umsetzung des Detox-Programms spielen das Chemikalienmanagement und das Lieferantenmanagement eine zentrale Rolle.

### PAPIER

Die REWE Group in Österreich setzt sich für den Schutz der Wälder und der dort lebenden Tier- und Pflanzenarten ein. Sie unterstützt daher eine umweltgerechte und sozialverträgliche Waldwirtschaft, indem sie Papier für ihre Produkte und Verpackungen zunehmend aus nachhaltig bewirtschafteten Quellen bezieht. Dabei setzt das Unternehmen auf Siegel wie das Forest Stewardship Council (FSC®) oder das Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC™). Bereits eine Vielzahl von Produkten der REWE Group in Österreich sind mit diesen Siegeln ausgezeichnet – die Hygienepapierprodukte der Eigenmarken tragen bereits zu 100 Prozent die Label von FSC®, PEFC™ oder sind vollständig aus Altpapier. 2020 wurden rund 22.000 Tonnen Papier für Büromaterial, die Flugblätter und Publikationen der Handelsfirmen BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG verwendet. Seit 2018 wird dafür ausschließlich recyceltes Papier aus Altpapier verwendet.



## MANAGEMENTANSATZ

Die REWE Group in Österreich arbeitet kontinuierlich daran, ihr Sortiment an Lebensmitteln aus biologischer Produktion auszubauen. Bio-Produkte haben einen positiven Effekt auf Mensch, Tier und Umwelt, da beispielsweise keine künstlichen Farb- und Aromastoffe eingesetzt werden, auf den Einsatz chemischer Pflanzenschutzmittel und leicht löslicher mineralischer Dünger verzichtet wird. Zudem gelten strengere Tierwohl-Standards sodass Tiere ausreichend Platz im Stall und Auslauf im Freien erhalten, damit sie ihre natürlichen Verhaltensweisen ausleben können. Durch die steigende Nachfrage haben sich Bio-Produkte mittlerweile zu einem bedeutenden Konsumsegment entwickelt und sind eine wesentliche Säule zur Erreichung der strategischen Zielsetzung der REWE Group in Österreich, das nachhaltigere Sortiment stetig auszubauen.

### Anteil des Einkaufsvolumens, welches nach anerkannten Standards zertifiziert ist

#### GRI FP2

Seit 2012 verfolgt die REWE Group in Österreich das strategische Ziel eines überproportionalen Wachstums des Bio-Sortiments im Vergleich zu konventionellen Artikeln über das gesamte Sortiment. Auch 2020 konnte diese Zielsetzung wieder erreicht werden. Der Beitrag von „Ja! Natürlich“ und der Bio-Marke „Alnatura“ war ein wesentlicher Baustein dieser positiven Entwicklung. Auch konnte das Bioangebot bei Industriemarken weiter ausgebaut werden.

#### „JA! NATÜRLICH“

Ein maßgeblicher Wachstumsmotor für die Steigerung der Bioprodukte der REWE Group in Österreich ist „Ja! Natürlich“. Die Bio-Eigenmarke ist seit 1994 österreichweit erhältlich und trägt insgesamt zu über 75 Prozent des Umsatzes der REWE Group in Österreich im Bio-Bereich bei. „Ja! Natürlich“ ist ein Wegbereiter für biologische Produktion in Österreich und seit 1994 direkt und indirekt für die Schaffung von 3.100 neuer Arbeitsplätze verantwortlich.

Das Sortiment von „Ja! Natürlich“ umfasst mehr als 1.100 Produkte und ist bei BILLA, MERKUR, BIPA, ADEG und SUTTERLÜTY erhältlich. Mit „Ja! Natürlich“ ist auch eine artgemäße Tierhaltung mit hohen Tierschutzstandards garantiert. Dazu zählen unter anderem der Auslauf für alle Nutztiere, der Kontakt mit Artgenossen und die Bio-Fütterung ohne Gentechnik.

#### „ECHT B!O“

Die Eigenmarke „Echt B!O“ umfasst Lebensmittel aus ökologisch kontrolliertem Anbau bei PENNY. Bei den „Echt B!O“ Produkten wird auf viele Zusatzstoffe, wie Aromen, Geschmacksverstärker und künstliche Farbstoffe, verzichtet. „Echt B!O“ ist bei PENNY erhältlich und das Sortiment umfasst 55 Produkte.

#### „ALNATURA“

Im Sommer 2015 konnten BILLA und MERKUR mit „Alnatura“ ihre bereits bestehenden breiten Bio-Sortimente um einen namhaften Markenhersteller erweitern. BILLA und MERKUR Kund:innen können seitdem auf über 600 „Alnatura“ Artikel zurückgreifen. Dabei handelt es sich um Produkte aus dem Trockensortiment sowie Babyprodukte. MERKUR führt zusätzlich auch ausgewählte Naturkosmetikprodukte von „Alnatura“.



## Entwicklung Bio-Produkte (Anteile in %)

	2018	2019	2020
„Ja! Natürlich“ (am Verkaufswert brutto, Österreich Vollsortiment <sup>1</sup> )	6,7	6,8	7,1
„Ja! Natürlich“ Obst & Gemüse (am Verkaufswert Obst & Gemüse brutto, Österreich Vollsortiment)	17,7	17,5	17,6
„Echt B!O“ (am Verkaufswert brutto, PENNY Österreich)	1,7	1,9	2,4
„Echt B!O“ Obst & Gemüse (am Verkaufswert Obst & Gemüse brutto, PENNY Österreich)	5,5	7,2	8,0

<sup>1</sup> Vollsortiment definiert als BILLA und MERKUR



# Verpackungen

## MANAGEMENTANSATZ

### Materialien

#### GRI 301

Verpackungen gehören zu unserem alltäglichen Leben. Sie erfüllen viele wichtige Funktionen: Sie halten Nahrungsmittel frisch, schützen sie und machen ihren Transport möglich. Außerdem bieten sie Platz für wichtige Informationen. Jedoch entsteht entlang der Wertschöpfungskette von Verpackungen eine Vielzahl negativer ökologischer Effekte. Bei der Verpackungsherstellung werden beispielsweise natürliche Ressourcen eingesetzt, Energie verbraucht und Emissionen ausgestoßen. Durch oft falsche Entsorgung des Verpackungsmülls werden nicht nur wertvolle Rohstoffe vernichtet, sondern bei nicht sachgerechter Entsorgung in der Natur auch Umweltprobleme erzeugt. Vor allem Kunststoffe haben sich durch ihre generationen-übergreifende Abbauzeit als kritisch erwiesen, wenn sie nicht entsprechend recycelt oder entsorgt werden. Die Stakeholder der REWE Group in Österreich schätzen das Thema Verpackungen als besonders relevant für das Unternehmen ein (für mehr Informationen siehe Abschnitt Wesentlichkeitsanalyse).

Nachhaltigkeit ist als fester Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich AG integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt.

Im Rahmen der Handlungsfelder Bewusste Ernährung, Fairness und Sozialstandards, Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) und Tierwohl werden wirksame Maßnahmen in der Säule „Grüne Produkte“ entwickelt, um ökologische und soziale Auswirkungen zu reduzieren. Innerhalb des Handlungsfelds Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) wurden die Fokusthemen Kreislaufwirtschaft, Wasser sowie Biodiversität identifiziert. Eine besondere Rolle beim Fokusthema Kreislaufwirtschaft spielt dabei der Bereich Verpackung.

## MASSNAHMEN FÜR UMWELTFREUNDLICHERE VERPACKUNGEN

Die REWE Group in Österreich und ihre Handelsfirmen haben der Reduktion von Verpackungen bzw. dem Einsatz umweltfreundlicherer Verpackungsmaterialien eine hohe Priorität in ihrer Nachhaltigkeitsstrategie gegeben – und das nicht erst seit der Plastikreduktions-Initiative der EU.

Begonnen wurde damit im Rahmen der Green Packaging Initiative der Eigenmarke „Ja! Natürlich“, durch die alleine bei Bio-Obst & Gemüse seit 2011 bereits 1.100 Tonnen Plastik und 4.830 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart werden konnten.

### „RAUS AUS PLASTIK!“

Das Thema Verpackungen gestaltet sich unglaublich vielfältig, da jede Produktgruppe mit ihren spezifischen Eigenschaften hinsichtlich Schutzes, Haltbarkeit, Hygiene etc. gesondert betrachtet werden muss. Und nicht überall wird man Kunststoff ersetzen können. Trotzdem sagt die REWE Group in Österreich ganz bewusst „Raus aus Plastik!“, denn jede Plastikverpackung, die im Zuge dieser Initiative eingespart oder durch eine umweltfreundlichere Alternative ersetzt werden kann, ist ein direkter Gewinn für die Umwelt. 2020 konnte das gesamte Obst und Gemüse-Sortiment der Eigenmarken „Ja! Natürlich“ und „Echt B!O“ unverpackt und lose oder umweltfreundlicher verpackt angeboten werden. Ein weiteres Highlight 2020 war die Umstellung der „Ja! Natürlich“ Bio-Milch auf Mehrweg-Glasflaschen, die Umstellung fast aller „Ja! Natürlich“ Nudelsorten auf PEFC-zertifizierte Papierverpackungen, sowie loser „Ja! Natürlich“ Tee im Graspapierbeutel.



# Verpackungen

## MEHRWEGNETZE IM OBST- UND GEMÜSEBEREICH

Im Rahmen des ganzheitlichen Ansatzes von „Raus aus Plastik!“ wurden bei MERKUR, BILLA, ADEG & PENNY umweltfreundliche Mehrweg-Netze als Alternative zum nachhaltigen Transport von Obst und Gemüse eingeführt. Die wiederverwendbaren Netze sind frei von chemischen Stoffen, waschbar und umweltschonend.

## LÄNGERE HALTBARKEIT DURCH BIOLOGISCH ABBAUBARE VERPACKUNG

Die „Ja! Natürlich“ Bio-Karotten wurden bereits 2018 nachhaltiger verpackt: Statt einem Plastik-Beutel wird ein Beutel aus nachwachsenden Rohstoffen genutzt. Die Verpackungsfolie besteht zu 40 Prozent aus Distel- und Sonnenblumenöl und ist biologisch abbaubar. Die Disteln kommen aus Sardinien, wo sie sich an die mediterranen Klimabedingungen angepasst haben und ganz ohne Düngung und zusätzliche Bewässerung gedeihen. Im Zuge dieses Projektes werden auch sardinische Bauern unterstützt, denen sich in einer wirtschaftlich schwachen Region Italiens neue Einkommensquellen erschließen. Durch die Umstellung konnten auch positive Effekte auf die Produktqualität und Frische erzielt werden. Die Karotten bleiben länger frisch.

## BI GOOD: VERPACKUNGEN MIT HÖCHSTMÖGLICHEM RECYCLINGANTEIL

In Österreich hat die Vertriebslinie BIPA im Jahr 2014 unter dem Namen bi good eine neue Linie für Haushalts- und Pflegeprodukte eingeführt. Die Verpackungen bestehen ausschließlich aus wiederverwertbaren Materialien und haben den aktuell maximal möglichen Recyclinganteil. So werden Flaschen (HDPE oder PET) und Faltschachteln (Papier) aus 100 Prozent und Tuben (PE) aus 60 Prozent Recyclingmaterial hergestellt. Mit den praktischen Nachfüllbeuteln in den Bereichen Dusche, Shampoo und Seife, können Kund:innen gleichzeitig bis zu 75 Prozent Verpackungsmaterial einsparen.



# Biodiversität

## MANAGEMENTANSATZ

Als Handelsunternehmen hat die Geschäftstätigkeit der REWE Group in Österreich vielfältige Auswirkungen auf die biologische Vielfalt. Neben direkten Auswirkungen beispielsweise an den Standorten des Unternehmens oder beim Transport von Waren sind vor allem auch die vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette von Bedeutung. Auswirkungen entstehen hier durch die nicht nachhaltige Nutzung von natürlichen Ökosystemen etwa bei der Gewinnung von Rohstoffen, in der Warenproduktion oder bei touristischen Angeboten.

Nachhaltigkeit ist als fester Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt.

Im Rahmen der Handlungsfelder Bewusste Ernährung, Fairness und Sozialstandards, Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) sowie Tierwohl werden wirksame Maßnahmen in der Säule „Grüne Produkte“ entwickelt, um negative ökologische und soziale Auswirkungen zu reduzieren. Innerhalb des Handlungsfelds Ressourcenschonung wurde Biodiversität als eines der Fokusthemen definiert. Die REWE Group in Österreich verfolgt das Ziel, die natürlichen Ressourcen zu erhalten und die Biodiversität entlang der Lieferketten zu schützen und zu fördern.

## Biodiversität

### GRI 304

In der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften bekennt sich die REWE Group zum Erhalt und Schutz natürlicher Ökosysteme und befürwortet die Ziele des UN-Übereinkommens zum Schutz der biologischen Vielfalt (Convention on Biological Diversity). Außerdem hat sich die REWE Group im Rahmen der Initiative Biodiversity in Good Company dazu verpflichtet, den Schutz und die nachhaltige Nutzung der biologischen Vielfalt in das betriebliche Nachhaltigkeitsmanagement zu integrieren. Bei der Gestaltung nachhaltigerer Sortimente ist der Erhalt der biologischen Vielfalt ein wichtiges Kriterium.

Biodiversitätskriterien können über Standardsysteme wie Bio, Fairtrade, Forest Stewardship Council (FSC®), UTZ, Rainforest Alliance und Marine Stewardship Council (MSC) berücksichtigt werden. Sie finden außerdem Anwendung innerhalb der Leitlinien, die von der REWE Group in Österreich für Rohstoffe wie Palmöl, Fisch oder Kakao formuliert wurden. Mit „Ja! Natürlich“ setzt sich die REWE Group in Österreich seit 1994 für den Erhalt der Arten und die Biodiversität ein. „Ja! Natürlich“ hat in den letzten Jahren zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, um heimische Arten zu schützen und die Menschen für deren Erhalt zu sensibilisieren.

## Projekte zum Schutz vor erheblichen Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität

### GRI 304-2

In der Initiative „Blühendes Österreich“ engagiert sich die REWE Group in Österreich seit 2014 gemeinsam mit der Naturschutzorganisation BirdLife Österreich für gefährdete ökologische Lebensräume. Die Initiative finanziert den Erhalt und die Pflege bedrohter Naturflächen und extensiver landwirtschaftlicher Flächen sowie Projekte für Natur- und Nachhaltigkeitsbildung und fördert so die heimische Artenvielfalt. Im Jahr 2015 hat die REWE Group in Österreich die Initiative in eine gemeinnützige Privatstiftung überführt. Als unabhängige Organisation mit eigenen Mitarbeiter:innen und klar geregelter Finanzierung steht die Stiftung für langfristiges Engagement und Glaubwürdigkeit gegenüber den Kund:innen.

Im Jahr 2017 wurde die Naturschutzstrategie 2018-2022 der Stiftung mit dem Titel „Nachhaltigkeit verankern, Österreichs Vielfalt leben“ fertiggestellt. Ziel ist es, bis 2022 insgesamt 1.000 Hektar an bedrohten ökologischen Flächen zu schützen. Bisher konnten bereits 900 Hektar ökologisch hochwertige Biotop- und Lebensräume nachhaltig abgesichert werden. Bis Ende 2020 wurden 176 laufende Naturschutz-Projekte finanziert und begleitet. Der Fokus liegt hierbei in der Stärkung der regionalen Zusammenarbeit, indem Projekte gemeinsam mit Partnern aus öffentlichen Institutionen, gemeinnützigen Organisationen und der Privatwirtschaft realisiert werden.

# Ökologische Aspekte in der Lieferkette



## MANAGEMENTANSATZ

Die REWE Group in Österreich bezieht eine Vielzahl von Produkten und Produktbestandteilen aus dem In- und Ausland. Insbesondere im Anbau und in der Produktion entstehen dabei negative Umwelteffekte und es werden natürliche Rohstoffe verbraucht. Gleichzeitig steigt der weltweite Bedarf an Rohstoffen – aus diesem Grund ist der Schutz der Ressourcen ein bedeutendes Anliegen der REWE Group in Österreich.

Nachhaltigkeit ist als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt.

Im Rahmen der Handlungsfelder Bewusste Ernährung, Fairness und Sozialstandards, Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) und Tierwohl werden wirksame Maßnahmen in der Säule „Grüne Produkte“ entwickelt, um ökologische und soziale Auswirkungen zu reduzieren. Die Aktivitäten zu ökologischen Aspekten in der Lieferkette beziehen sich auf das Handlungsfeld Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) – mit dem Ziel, natürliche Ressourcen zu schützen und Biodiversität entlang der Lieferketten zu erhalten. Hierzu wurden die Fokusthemen Kreislaufwirtschaft, Biodiversität und Regionalität definiert, an denen gezielt gearbeitet wird. Bei dem Thema Kreislaufwirtschaft liegt der aktuelle Fokus auf dem Thema Verpackungen.

## Umweltbewertung der Lieferanten

### GRI 308

**Mit der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften hat die REWE Group die Grundsätze ihrer Geschäftsbeziehungen formuliert. Im Bereich Ökologie gehören dazu:**

- der schonende Umgang mit Ressourcen wie Boden, Luft, Wasser und natürlichen Rohstoffen,
- Schutz und Erhalt von natürlichen Ökosystemen und der biologischen Vielfalt (Biodiversität) sowie
- die Vermeidung und Reduktion von Umweltrisiken.

Diese Grundwerte gelten sowohl für die eigenen Geschäftsprozesse als auch für Geschäftspartner und Lieferanten der REWE Group in Österreich. Im Falle vorsätzlicher grober Missachtung der in der Leitlinie beschriebenen Werte behält sich das Unternehmen Sanktionen vor. Um die wesentlichen ökologischen Auswirkungen zu identifizieren und geeignete Maßnahmen zur Verbesserung – in den zum Teil sehr komplexen und globalen Lieferketten der Produkte – umzusetzen, wendet die REWE Group in Österreich folgenden Prozess an. Mittels Umfeldanalyse werden negative Auswirkungen in der Lieferkette identifiziert. Dabei werden unterschiedliche Stakeholdergruppen einbezogen und die Themen vor allem mit Nichtregierungsorganisation, Lieferanten und Interessenvertreter bearbeitet. Aus den gewonnenen Erkenntnissen leiten sich Fokusrohstoffe und Schwerpunktthemen ab. Dabei wurden Kunststoffe, Textilien und im Lebensmittelbereich Obst und Gemüse als Warengruppen mit besonders hohen Umweltauswirkungen identifiziert. Die Fokusrohstoffe und Schwerpunktthemen werden mit entsprechenden Maßnahmen bearbeitet, um negativen Effekten entgegenzuwirken.

### Diese Maßnahmen werden durch einen Managementansatz auf drei verschiedenen Ebenen umgesetzt:

- Internes Management: Es stehen Information und Schulung von EinkaufsInnen sowie Treffen mit Lieferanten im Mittelpunkt.
- Lieferkettenmanagement: Integration von Nachhaltigkeitsanforderung bei der Ausschreibung von Produkten oder Rohstoffen, Einkauf von zertifizierten Rohstoffen oder Anforderungen als Teil von vertraglichen Vereinbarungen.
- Stakeholder-Management: Zusammenarbeit mit standardgebenden Organisationen bei der Weiterentwicklung von Standards. Je nachdem, welche Risiken ermittelt werden, können Maßnahmen unterschiedlich definiert sein, beispielsweise eine Einforderung von Standards und Zertifizierungen, die Zusammenarbeit mit Standardorganisationen, der Beitritt zu Brancheninitiativen sowie Projekte mit Lieferanten und Erzeugern vor Ort.

Die durchgeführten Aktivitäten werden überwacht und evaluiert. Die Erkenntnisse aus dem Monitoring fließen in die Weiterentwicklung der Maßnahmen ein. Um die Fortschritte im Handlungsfeld Ressourcenschonung messbar zu machen,



# Ökologische Aspekte in der Lieferkette

wurden folgende Ziele sowie Key Performance Indikatoren definiert (für weitere Informationen siehe den übergeordneten Managementansatz Grüne Produkte):

- Anteil umweltfreundlichere Eigenmarkenverpackungen: 100% bis Ende 2030
- Überproportionales Wachstum des Bio-Sortiments im Vergleich zu konventionellen Artikeln über das gesamte Sortiment der REWE Group in Österreich.

Durch die REWE Group Einkaufsgesellschaften vor Ort können Anforderungen und Problemstellungen direkt mit den Lieferanten bzw. Produktionsstätten besprochen und Maßnahmen implementiert werden. So ist im asiatischen Raum das Sourcing- und Beschaffungsbüro REWE Far East (RFE) für einen Teil der Beschaffung von Food- und Non-Food-Produkten zuständig und nimmt eine wichtige Rolle bei der Verbesserung der Umweltbedingungen in der Lieferkette ein. Hierfür steht die Corporate-Responsibility-Abteilung der RFE im direkten Kontakt zu den Lieferanten und betreut das Green Production Program und Detox-Programm vor Ort.

Bei der Beschaffung von Obst und Gemüse wird die REWE Group durch ihre 100-prozentigen Tochterunternehmen Eurogroup und Campina Verde mit ihren einzelnen Ländervertretungen unterstützt. So gelingt es dem Handelsunternehmen, seine Wertschöpfungsketten transparenter zu gestalten. Die Länderbeauftragten für Spanien, Italien und Deutschland sorgen für einen engen Austausch mit der Produktion und helfen dabei, die Anforderungen der REWE Group in Österreich bestmöglich umzusetzen.

## Umwelteffekte mit dem Green Production Program prüfen und verbessern

Im Berichtsjahr wurde ein Umweltprogramm für Lieferanten implementiert, das zum Erreichen des KPIs beiträgt: Das sogenannte Green Production Program basiert auf einem Prozess, der die Umwelteffekte in Produktionsstätten bei strategischen Lieferanten prüft, um diese anschließend zu verbessern. Hierzu fand im Jahr 2018 ein Pilot mit ausgewählten Lieferanten von Metall- und Plastikprodukten statt, da die Umweltauswirkungen in diesen Warengruppen vergleichsweise hoch sind. Im Rahmen des Pilotprojekts wurden die teilnehmenden Produktionsstätten mit Blick auf Umweltrisiken überprüft oder beraten. Nun sollen weitere Produktionsstätten sukzessive in das Programm integriert werden. Die Produktionsstätten der ersten 60 Lieferanten wurden bereits integriert. Neben dem Green Production Program, das unter anderem auf Instrumenten der Business Environmental Performance Initiative

(BEPI) von amfori fußt, bestehen für andere Warenbereiche bereits etablierte Programme wie beispielsweise das Detox-Programm.

## Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen

### GRI 308-2

Konkrete Maßnahmen zur Reduktion negativer ökologischer Auswirkungen setzt die REWE Group in Österreich im Rahmen von drei Ansätzen um:

#### 1. INTERNES MANAGEMENT

Regelmäßig werden Mitarbeiter:innen der REWE Group in Österreich zu relevanten ökologischen Themen geschult, damit diese bei der Auswahl der Lieferanten sowie im Einkaufsprozess entsprechend Berücksichtigung finden. Zielgruppenorientiert werden Informationen zu relevanten Themen wie Biodiversität und Verpackungen gestellt. Spezielle Anforderungen werden bereits im Ausschreibungsprozess berücksichtigt und in Lieferantenverträge integriert.

#### 2. LIEFERKETTENMANAGEMENT

Das Lieferkettenmanagement der REWE Group in Österreich umfasst die Lieferantenbewertung, -sensibilisierung und -verpflichtung sowie Audits und daraus abgeleitete Maßnahmen. Das Unternehmen arbeitet mit etablierten Standards zusammen, um die Lieferkette schrittweise nachhaltiger zu gestalten. Auf Lieferantenveranstaltungen und in individuellen Gesprächen mit Lieferanten sensibilisiert die REWE Group in Österreich immer wieder für ökologische Themen. Außerdem sind die Anforderungen zu den Themen sowohl in den Verträgen mit den Lieferanten als auch in der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften integriert, sodass die Einhaltung mit jeder Ausschreibung bzw. jedem Vertrag durch die Lieferanten bestätigt wird. Für Fokusrohstoffe, wie beispielsweise Kakao oder Palmöl, hat die REWE Group in Österreich Leitlinien mit detaillierten Anforderungen und Zielen definiert, welche an die Lieferanten weitergegeben werden.

#### ÖKOLOGISCHE STANDARDS UMSETZEN

Bei der Umsetzung von Verbesserungen setzt die REWE Group in Österreich auf anerkannte Standards wie beispielsweise auf FSC® und PEFC™ Zertifizierungen für nachhaltige Forstwirtschaft, das Kontrollzeichen „Ohne Gentechnik hergestellt“, das österreichische Umweltzeichen oder das EU-Bio-Siegel, um eine Verbesserung der ökologischen Bedingungen in der



# Ökologische Aspekte in der Lieferkette

Lieferkette zu erwirken. In der Lieferkettenstufe der Produktion setzt die REWE Group in Österreich unter anderem auf Instrumente wie das Detox-Programm. Außerdem engagiert sich die REWE Group durch die aktive Mitarbeit bei Plattformen wie dem Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) oder dem Forum Nachhaltiger Kakao, um Standards weiterzuentwickeln und branchenweite Verbesserungen von ökologischen Bedingungen herbeizuführen (siehe dazu auch Abschnitt Fokusrohstoffe – Food und Fokusrohstoffe – Non-Food).

## REDUKTION DER PFLANZENSCHUTZMITTEL BEI KONVENTIONELLEM OBST UND GEMÜSE

Die REWE Group in Österreich hat sich das Ziel gesetzt, die Pestizidbelastung bei konventionellem Obst und Gemüse zu reduzieren. Dazu arbeitet sie mit Erzeugern, NGOs und der Wissenschaft an Lösungen, um mögliche negative Effekte für Umwelt und Gesundheit zu minimieren und dabei die Produktion und Ertragssicherheit für Landwirte sicherzustellen. Vor diesem Hintergrund wurde bereits 2003, gemeinsam mit der Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000, das Pestizidreduktionsprogramm (PRP) entwickelt, das bis dato für jegliches Obst und Gemüse der REWE Group in Österreich angewendet wird.

Die von GLOBAL 2000 festgelegten Grenzwerte sind für Lieferanten verpflichtend und liegen zumeist deutlich unter den gesetzlichen Höchstwerten. Die Ergebnisse der Untersuchungen werden laufend auf der BILLA und MERKUR Website veröffentlicht. Darüber hinaus erstellt GLOBAL 2000 für die REWE Group seit 2009 jährlich den Statusbericht Chemischer Pflanzenschutz. Dieser zeigt die Pestizidbelastung des konventionellen Sortiments an Frischobst und –gemüse und ist die Grundlage für Weiterentwicklungen.

Seit Herbst 2016 wurden auch Pestizide mit hormonell wirksamen Stoffen (EDC) in das PRP aufgenommen, deren Einsatz gesetzlich noch nicht reguliert ist. Diese Chemikalien sind körperfremde Stoffe, die körpereigene Hormone verstärken oder blockieren können. Da viele dieser Chemikalien bereits in sehr geringen Mengen wirken können, wurden sie im Rahmen des PRP verboten.

## DETOX-PROGRAMM GEGEN NEGATIVE AUSWIRKUNGEN IN DER TEXTILPRODUKTION

Um die ökologischen Auswirkungen in der Lieferkette von Textilien zu verbessern, hat sich die REWE Group in Österreich im Jahr 2014 der Detox-Kampagne von Greenpeace angeschlossen und ein entsprechendes Programm für Eigenmarkenprodukte in den Warengruppen Kleidung, Schuhe und Heimtexti-

lien aufgesetzt. Das Ziel ist eine sichere Textilproduktion ohne gefährliche Chemikalien bis zum Jahr 2020. Dazu arbeitet die REWE Group in Österreich gemeinsam mit ihren Lieferanten daran, gefährliche Chemikalien systematisch aus der Textilproduktion zu eliminieren. Chemikalien kommen vor allem in den sogenannten Nassprozessen der Textilproduktion wie dem Färben, Bleichen oder Waschen zum Einsatz. Wenn bei diesen Arbeitsschritten gefährliche Substanzen verwendet werden, kann dies zu einer Gesundheitsgefährdung der Arbeiter:innen in den Fabriken führen. Gelangen die Chemikalien über das Abwasser der Fabriken in die Umwelt, können Gewässer und andere Ökosysteme dadurch Schaden nehmen.

## 3. STAKEHOLDER-MANAGEMENT

Um Rahmenbedingungen zu verbessern, bündelt das Unternehmen in Brancheninitiativen und Partnerschaften ihre Kräfte mit anderen Unternehmen sowie weiteren Stakeholdern und erhöht damit ihren Einfluss. Zudem beteiligt sich die REWE Group in Österreich aktiv an der Weiterentwicklung dieser Partnerschaften und vertritt dort ihre Interessen. 2020 engagierte sich die REWE Group in Österreich in folgenden Initiativen, die sich ebenfalls mit den Umweltauswirkungen in den Lieferketten befassen.

**2020 engagierte sich die REWE Group in Österreich in folgenden Initiativen, die sich ebenfalls mit den Umweltauswirkungen in den Lieferketten befassen:**

### ARGE GENTECHNIKFREI

Die REWE Group in Österreich ist Gründungsmitglied der ARGE Gentechnikfrei, die im Nachgang des Volksbegehrens gegen den Einsatz von Gentechniken in Österreich 1997 als Plattform gegründet wurde. 2020 hatte die REWE Group in Österreich etwa 3.500 Produkte im Sortiment, die das grüne Qualitätszeichen „Ohne Gentechnik hergestellt“ trugen. Der verbreitete Einsatz des Labels durch die Eigenmarken der REWE Group in Österreich sowie die regelmäßige Darstellung in den Flugblättern der Handelsfirmen BILLA, MERKUR, PENNY und ADEG haben entscheidend zur Bekanntmachung und Bewusstseinsbildung in diesem Bereich beigetragen.



# Ökologische Aspekte in der Lieferkette

## **MARINE STEWARDSHIP COUNCIL (MSC)**

Regelmäßiger Austausch und Zusammenarbeit mit dem Marine Stewardship Council (MSC). Der MSC ist eine unabhängige und gemeinnützige Organisation, die ein Siegel für Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltigem Wildfang vergibt. Die zertifizierten Fischereien sorgen für einen nachhaltigen Fischbestand, intakte marine Lebensräume und den Schutz gefährdeter Arten.

## **GEMEINNÜTZIGE PRIVATSTIFTUNG DER REWE INTERNATIONAL „BLÜHENDES ÖSTERREICH“**

Über das Flächenschutzprogramm FLORA wurden 2020 insgesamt 176 landwirtschaftliche Betriebe, Organisationen und Gemeinden beim Schutz und Erhalt wertvoller gefährdeter Lebensräume für Vögel, Schmetterlinge, Wildbienen und andere Insekten gefördert. 900 Hektar ökologisch hochwertige Flächen u.a. auch in landwirtschaftlich intensiv genutzten Regionen sind Teil des Programms.

# Soziale Aspekte in der Lieferkette



## MANAGEMENTANSATZ

Die REWE Group in Österreich bezieht eine Vielzahl von Produkten und Produktbestandteilen über Lieferketten, die sich über mehrere Länder erstrecken können. Insbesondere in den Lieferkettenstufen des Rohstoffanbaus und der Verarbeitung liegt ein erhöhtes Risiko der Missachtung von Arbeits- und Sozialstandards. Sie stehen daher im Fokus der Aktivitäten der REWE Group in Österreich.

Nachhaltigkeit ist als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt.

Im Rahmen der Handlungsfelder Bewusste Ernährung, Fairness und Sozialstandards, Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) und Tierwohl werden wirksame Maßnahmen in der Säule „Grüne Produkte“ entwickelt, um ökologische und soziale Auswirkungen zu reduzieren. Die Aktivitäten zu sozialen Aspekten in der Lieferkette beziehen sich auf das Handlungsfeld Fairness und Sozialstandards. Unter Fairness versteht die REWE Group in Österreich die Achtung und Stärkung von Menschenrechten und die Verbesserung von Arbeitsbedingungen sowie die Förderung eines fairen Handels.

Ziel ist es, zusammen mit Geschäftspartnern und Lieferanten verbindliche Standards für die gemeinsamen Lieferketten zu implementieren und den Dialog zwischen allen Partnern zu fördern – um Menschenrechte zu stärken und die Arbeits- und Sozialstandards weiter zu verbessern.

## Soziale Bewertung der Lieferanten

### GRI 414

## Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte

### GRI 412

Für alle Geschäftsbeziehungen greift die Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group. Die Leitlinie orientiert sich an der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und dem UN Global Compact.

Sie umfasst unter anderem das Verbot von Zwangsarbeit und ausbeuterischer Kinderarbeit sowie den fairen Umgang mit Mitarbeiter:innen. Im Falle vorsätzlicher grober Missachtung der in der Leitlinie beschriebenen Werte behält sich die REWE Group in Österreich Sanktionen vor.

Eine REWE Group Grundsatzerklärung Menschenrechte wurde 2018 erarbeitet und Anfang 2019 auch von der REWE Group in Österreich übernommen. Damit verbunden ist die Verpflichtung, die Menschenrechte zu stärken und Menschenrechtsverletzungen vorzubeugen. Dieses Bekenntnis gilt sowohl für die eigenen Geschäftstätigkeiten als auch für die globalen Liefer- und Wertschöpfungsketten.

**Um die wesentlichen sozialen Auswirkungen zu identifizieren und geeignete Maßnahmen zur Verbesserung in den zum Teil sehr komplexen und globalen Lieferketten der Eigenmarkenprodukte umzusetzen, folgt die REWE Group in Österreich dem Prozess der REWE Group.**

Mittels Umfeldanalyse werden negative Auswirkungen in der Lieferkette identifiziert. Dabei werden unterschiedliche Stakeholdergruppen einbezogen und die Themen vor allem mit Nichtregierungsorganisation, Lieferanten und Interessenvertreter besprochen. Aus den gewonnenen Erkenntnissen leiten sich Fokusrohstoffe und Schwerpunktthemen ab. Dabei haben sich zwei Schwerpunktthemen herauskristallisiert, die sich durch eine Vielzahl der Fokusrohstoffe und Länder ziehen. Diese sind Kinder- und Zwangsarbeit sowie existenzielles Einkommen.



# Soziale Aspekte in der Lieferkette

Die Fokusrohstoffe und Schwerpunktthemen werden mit entsprechenden Maßnahmen bearbeitet, um negativen Effekten entgegenzuwirken. Diese Maßnahmen werden durch einen Managementansatz auf drei verschiedenen Ebenen umgesetzt:

- Internes Management: Es stehen Information und Schulung von EinkäufInnen sowie Treffen mit Lieferanten im Mittelpunkt.
- Lieferkettenmanagement: Integration von Nachhaltigkeitsanforderung bei der Ausschreibung von Produkten oder Rohstoffen, Einkauf von zertifizierten Rohstoffen oder Anforderungen als Teil von vertraglichen Vereinbarungen.
- Stakeholder-Management: Zusammenarbeit mit standardgebenden Organisationen bei der Weiterentwicklung von Standards. Je nachdem, welche Risiken ermittelt werden, können Maßnahmen unterschiedlich definiert sein, beispielsweise eine Einforderung von Standards und Zertifizierungen, die Zusammenarbeit mit Standardorganisationen, der Beitritt zu Brancheninitiativen sowie Projekte mit Lieferanten und Erzeugern vor Ort.

Je nachdem, welche Risiken ermittelt werden, können Maßnahmen unterschiedlich definiert sein, beispielsweise eine Einforderung von Standards und Zertifizierungen, die Zusammenarbeit mit Standardorganisationen, der Beitritt zu Brancheninitiativen sowie Projekte mit Lieferanten und Erzeugern vor Ort.

Die durchgeführten Aktivitäten werden überwacht und evaluiert. Die Erkenntnisse aus dem Monitoring fließen in die Weiterentwicklung der Maßnahmen ein.

**Um die Fortschritte im Handlungsfeld Fairness und Sozialstandards messbar zu machen, wurde folgendes Ziel für die Eigenmarken definiert:**

- Beschwerdemechanismus-System bis 2025

Durch die REWE Group Einkaufsgesellschaften vor Ort können Anforderungen und Problemstellungen direkt mit den Lieferanten bzw. Produktionsstätten besprochen und Maßnahmen implementiert werden. So ist im asiatischen Raum das Sourcing- und Beschaffungsbüro REWE Far East (RFE) für einen Teil der Beschaffung von Food- und Non-Food-Produkten zuständig und nimmt eine wichtige Rolle bei der Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Lieferkette ein. Hierfür steht die Corporate-Responsibility-Abteilung der RFE im direkten Kontakt zu den Lieferanten und betreut den Social-Compliance-Prozess vor Ort.

## NEGATIVE AUSWIRKUNGEN IN DER LIEFERKETTE UND MASSNAHMEN

### GRI 414-2

Konkrete Maßnahmen zur Reduktion negativer sozialer Auswirkungen setzt die REWE Group in Österreich im Rahmen der folgenden drei Ansätze um:

#### 1. INTERNES MANAGEMENT

Die REWE Group in Österreich arbeitet daran, nachhaltige Beschaffung weiter in ihre Einkaufsprozesse zu integrieren, um Nachhaltigkeitsaspekte bei jeder Einkaufsentscheidung zu berücksichtigen. Durch die Bereitstellung von Risikoanalysen und Briefings, die Abstimmung von verbindlichen Zielen mit den Einkaufsbereichen sowie Schulungen zu Nachhaltigkeitsthemen trägt die REWE Group in Österreich zu einer internen Sensibilisierung bei.

Regelmäßig werden Mitarbeiter:innen der REWE Group in Österreich zu relevanten Arbeits- und Sozialstandardthemen geschult, sodass die definierten Standards – wie beispielsweise die Einforderung von Sozialaudits – in der Auswahl der Lieferanten sowie im Einkaufsprozess Berücksichtigung finden. Interne Reportings ermöglichen eine kontinuierliche Weiterentwicklung innerhalb des Handlungsfelds Fairness und Sozialstandards. Die externe Kommunikation schafft Transparenz gegenüber Stakeholdern.

#### 2. LIEFERKETTENMANAGEMENT

Die Nachhaltigkeitsrisiken, die mit Blick auf das Handlungsfeld Fairness und Sozialstandards in der Lieferkette auftreten, geht die REWE Group in Österreich gezielt durch ein Lieferkettenmanagement an, welches von einer engen Zusammenarbeit mit Lieferanten sowie dem Engagement auf Ebene der Produktionsstätten und der Rohstoffherzeugung geprägt ist. Durch das Lieferkettenmanagement erhöht die REWE Group in Österreich zunächst, wo noch nicht vorhanden, die Transparenz entlang der Lieferkette für die Eigenmarkenprodukte. So können Risiken identifiziert und daraufhin besser vermieden bzw. direkt adressiert werden. Darüber hinaus wird die Integration von Nachhaltigkeit als Teil der Lieferantenbewertung gefördert. Im Lieferkettenmanagement folgt die REWE Group in Österreich im Bereich Fairness und Sozialstandards einem dreistufigen Ansatz, der die Formulierung von Anforderungen, die Kontrolle und die Entwicklung der Lieferanten und Lieferketten umfasst.



# Soziale Aspekte in der Lieferkette

## 1. Verpflichtung

## 2. Kontrolle

## 3. Weiterentwicklung

Alle Geschäftspartner in den Eigenmarkenlieferketten der REWE Group in Österreich sind verpflichtet, die Produktionsstätten zu benennen, in denen Produkte für das Unternehmen hergestellt werden. Durch eine Sensibilisierung und die Verpflichtungen der Vertragspartner werden konkrete Regeln geschaffen, um Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette umzusetzen. Die Anforderungen werden von der Nachhaltigkeitsabteilung und dem Qualitätsmanagement der REWE Group in Österreich im Einkaufsprozess überprüft.

**Die Geschäftspartner der REWE Group in Österreich sind verpflichtet, Mindestanforderungen wie international und national geltende Gesetze sowie die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) zu befolgen. Damit geht die Verpflichtung einher, insbesondere folgende Prinzipien einzuhalten:**

- Jegliche Formen von Diskriminierung sind untersagt. Geschäftspartner verpflichten sich, Personen nicht aufgrund ihres Geschlechts, ihrer Herkunft oder aus anderen Gründen auszuzugrenzen oder zu bevorzugen.
- Alle Unternehmen der Lieferkette müssen ihren Beschäftigten mindestens die national geltenden Mindestlöhne regelmäßig (mindestens monatlich) auszahlen.
- Geschäftspartner müssen sicherstellen, dass die Arbeitszeiten den national geltenden gesetzlichen bzw. branchenüblichen Arbeitszeiten entsprechen.
- Die Geschäftspartner halten Arbeitsschutzvorschriften nach nationalem Recht und internationalen Standards ein.
- Alle Geschäftspartner ermöglichen den Arbeitnehmern, ihr Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivvereinbarungen auszuüben.
- Die Geschäftspartner tragen dafür Sorge, in ihren Betrieben keine Kinder zu beschäftigen.
- Die Geschäftspartner müssen einen fairen und respektvollen Umgang mit den Beschäftigten gewährleisten.
- Jegliche Formen von Zwangs- bzw. Pflichtarbeit oder Menschenhandel sind durch die Geschäftspartner auszuschließen.

## FAIRTRADE

Das Ziel von Fairtrade ist es, den Konsum verantwortungsvoller zu gestalten und die Arbeits- und Lebenssituation der ProduzentInnen in Entwicklungsländern zu verbessern. Die REWE Group in Österreich verkaufte 2020 rund 16 Millionen Fairtrade-Produkte – vor allem in den Warengruppen Früchte, Reis, Kaffee, Zucker, Honig, Fruchtsäfte sowie Blumen. Mit Eigen- und Exklusivmarken der REWE Group in Österreich wurden 2020 Fairtrade-Prämien von über 714.000 Euro erwirtschaftet, die den Produzent:innen in Schwellen- und Entwicklungsländern zugutekommen. Das entspricht einer Steigerung um über 15 Prozent zum Vorjahr. Bio-Bananen und Bio-Ananas werden bei BILLA, MERKUR, Sutterlüty und ADEG im Rahmen von „Ja! Natürlich“ ausschließlich mit dem Fairtrade-Label angeboten. Alle verkauften Rosen bei BILLA und MERKUR sind Fairtrade-zertifiziert und Fairtrade stellt außerdem einen wichtigen Standard zur Umsetzung der REWE Group Leitlinie für Kakao dar.

## Rohstoffe im Fokus

Auf Basis von produktbezogenen Risikoanalysen wurden folgende kritische Rohstoffe im Zusammenhang mit dem Handlungsfeld Fairness und Sozialstandards definiert: Kakao, Palmöl, Fisch, Obst und Gemüse. Für einige Fokusrohstoffe hat die REWE Group in Österreich Leitlinien mit detaillierten Anforderungen und Zielen definiert. Für weitere Informationen siehe Abschnitte und Fokusrohstoffe – Food und Fokusrohstoffe – Non-Food.

## 3. STAKEHOLDER-MANAGEMENT

Die Herausforderungen der Bearbeitung von Nachhaltigkeitsrisiken in der Herstellung der Eigenmarkenprodukte liegen oft in den globalen Handelsstrukturen und sind beeinflusst durch politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen. Ein wichtiger Ansatzpunkt zur Identifikation der relevanten Themen und zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie ist daher ein gutes Stakeholder-Management. Dazu steht die REWE Group in Österreich mit Stakeholdern in kontinuierlichem Austausch und lädt regelmäßig zu Dialogveranstaltungen ein.



## Soziale Aspekte in der Lieferkette

Zudem engagiert sich die REWE Group in den folgenden nationalen und internationalen Initiativen, die sich mit den Themen Menschenrechte und Arbeitsbedingungen im jeweiligen Kontext befassen:

- Mitglied bei amfori BSCI: Damit verpflichtet sich das Unternehmen selbst sowie alle Lieferanten und Produzenten, den Verhaltenskodex von amfori BSCI einzuhalten. Die REWE Group ist aktiv in Arbeitsgruppen und dem Mitgliederausschuss vertreten, um die Weiterentwicklung mitzugestalten.
- Mitglied beim Consumer Goods Forum: Die Organisation soll Einzelhändlern und Konsumgüterherstellern dabei helfen, zusammen mit anderen wichtigen Interessengruppen daran zu arbeiten, das Vertrauen der Verbraucher zu sichern und positive Veränderungen unter dem Motto „Better Lives through Better Business“ voranzutreiben.
- Gründungsmitglied beim Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP): Ziel der Multi-Stakeholder-Initiative ist es, den Anteil nachhaltig erzeugten Palmöls signifikant zu erhöhen und gleichzeitig existierende Zertifizierungen und Standards zu verbessern. Die REWE Group ist im Vorstand des FONAP vertreten.
- Gründungsmitglied beim Forum Nachhaltiger Kakao: Die Multi-Stakeholder-Initiative engagiert sich für die Verbesserung der Lebensumstände von Kakaobäuerinnen und -bauern, den Schutz natürlicher Ressourcen und der Biodiversität sowie für den Anbau und die Vermarktung nachhaltigen Kakaos.
- Mitglied bei der CSR Fruit Juice Plattform: Die Plattform treibt soziale und ökologische Verbesserungen in den Lieferketten der Fruchtsaftindustrie voran. Sie wurde ins Leben gerufen, um die europäischen Fruchtsaftproduzenten dabei zu unterstützen, CSR-Maßnahmen in ihre Unternehmensstrategien zu integrieren und so einen langfristigen nachhaltigen Beitrag entlang der globalen Wertschöpfungskette von Fruchtsäften für alle Stakeholder zu erreichen.
- Mitglied beim World Banana Forum: Das Forum bringt unterschiedliche Stakeholder der weltweiten Bananenlieferkette zusammen, um einen nachhaltigen Anbau, die Einhaltung von Menschenrechten und die Verbesserung von Arbeitsbedingungen zu erreichen.
- Mitglied beim Bangladesh Accord on Fire and Building Safety: Ziel des Accord ist die Erhöhung der Sicherheit in der Textilbranche durch unabhängige Inspektoren, die bei Fabrikbesuchen die Gebäudesicherheit, den Brandschutz und die elektrische Sicherheit prüfen.
- Mitglied beim Bündnis für nachhaltige Textilien: Das Bündnis ist eine Partnerschaft unterschiedlicher Stakeholder, um Verbesserungen entlang der globalen Wertschöpfungskette in der Textilindustrie durchzusetzen. Die REWE Group engagiert sich in Bezug auf soziale Themen in der Arbeitsgruppe zu Beschwerdemechanismen und der Arbeitsgruppe Existenzsichernde Löhne. Die REWE Group hat für 2018 wieder eine Roadmap entwickelt, die auf die Bündnisziele einzahlt, und wird im Rahmen des Reportings des Textilbündnisses über Fortschritte im Jahr 2018 berichten.
- Beiratsmitglied bei Cotton made in Africa: Diese Initiative wurde mit dem Ziel ins Leben gerufen, die Lebensbedingungen der Menschen in den afrikanischen Baumwollanbaugebieten zu verbessern.
- Mitglied im Technical Committee von Global G.A.P. GRASP: GRASP ist ein Modul zur sozialen Risikobewertung von Betrieben, die nach dem Global G.A.P.-Standard zertifiziert sind. Die zentrale Aufgabe des Technical Committee ist die Beratung des Lenkungsausschusses hinsichtlich strategischer und technischer Weiterentwicklungen.
- Mitglied im Rainforest Alliance Standards Committee: Rainforest Alliance ist ein Nachhaltigkeitsstandard für die Produktion von Agrarrohstoffen und -produkten. Das Standards Committee entscheidet auf Grundlage der öffentlichen Standardkonsultationen über die inhaltliche Weiterentwicklung.
- Mitglied beim Center for Child Rights and Corporate Social Responsibility: CCR CSR unterstützt Unternehmen bei der Umsetzung von Kinderrechts-Policies.

### Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren

#### GRI 412-2

Siehe Internes Management.

# Kundengesundheit & Produktsicherheit



## MANAGEMENTANSATZ

Die Sicherheit der Produkte und die Gesundheit unserer Kund:innen haben einen hohen Stellenwert und spielen sowohl im Handel als auch in der Touristik eine herausgehobene Rolle – dabei weisen beide Bereiche unterschiedliche Anforderungen und Herausforderungen auf. Im Handel ist die REWE Group in Österreich dafür verantwortlich, Qualität zu sichern und die Gesundheit der Kund:innen auf diese Weise sicherzustellen. Im Bereich Touristik der REWE Group in Österreich gilt es vor allem, für das Vertrauen und die Sicherheit der Reisenden zu sorgen. Dazu zählt ein umfassendes Krisen- und Sicherheitsmanagement sowohl im Urlaubs- als auch im Heimatland.

## Kundengesundheit und -sicherheit

### GRI 416

Um die Qualität und Sicherheit ihrer Produkte zu gewährleisten, hat die REWE Group in Österreich im Kerngeschäftsfeld Handel ein umfassendes, stufenübergreifendes Qualitätssicherungssystem entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingeführt. Es umfasst sowohl präventive Maßnahmen, wie die Festlegung von Warenrichtlinien, als auch ein systematisches Issue Monitoring, Kontrollen und Audits sowie Konsumententipps für die richtige Handhabung zu Hause. Ein 2010 etabliertes Kennzahlensystem macht dabei die Einhaltung gesetzlicher und interner Qualitätsanforderungen messbarer und damit transparenter.

Die Kennzahlen wie beispielsweise die Ergebnisse interner Qualitätskontrollen von Produkten (auf mikrobiologische, chemische und physikalische Parameter) sowie von Märkten und Lagern (über den Warenumgang, die Personalhygiene, Reinigung und Desinfektion, die Kühlkette usw.) werden halbjährlich erhoben, ausgewertet und im Qualitätsmanagement Report der REWE Group in Österreich vorgestellt. Ein besonderer Schwerpunkt des Qualitätsmanagements liegt auf den Produkten der Eigenmarken: Für alle Schritte entlang der Wertschöpfungskette definiert das Unternehmen spezifische Anforderungen an das Produkt und dessen Produzenten – vom Rohstoff über die Rezeptur und Kennzeichnung bis hin zur Verpackung. Diese Spezifikationen bilden die Grundlage

für regelmäßige Stichprobenuntersuchungen von unabhängigen, akkreditierten Prüfinstituten. Die Stichproben werden risikobasiert nach Lieferanten- und Produktrisikio ermittelt.

Lebensmittel wie frisches Obst oder Gemüse werden daher häufiger untersucht als beispielsweise Salz oder Zucker. Neben den Produkten selbst werden weitere Stufen der Wertschöpfungskette in die Prüfung einbezogen: Sämtliche Eigenmarkenlieferanten im Food-Bereich müssen nach dem international anerkannten Standard IFS Food bzw. nach dem Standard des British Retail Consortium (BRC) zertifiziert sein. Darüber hinaus führt die REWE Group in Österreich auf Basis einer Risikoanalyse zusätzliche Lieferantenaudits durch. Diese umfassen eine Auswertung verschiedener Kennzahlen, wie Produktbeanstandungen, Kund:innenreklamationen und Risikoklassifizierung der Produktgruppe. Hersteller und Lieferanten, die die Qualitätsstandards der REWE Group in Österreich nicht erfüllen, werden aufgefordert, dies zu ändern, da ihnen ansonsten eine Auslistung droht.

Hinzu kommen jährliche Audits der Warenlager durch interne Auditor:innen und zusätzlich durch eine unabhängige externe Kontrollstelle, in die alle Lagerbereiche vom Wareneingang bis zum Transport in die Märkte einbezogen sind. Zusätzlich gibt es spezielle Audits innerhalb des Lagers mit dem Schwerpunkt „Umsetzung der Qualitätsanforderungen“ für den Bereich Obst und Gemüse. Auch in den Lebensmittelmärkten der REWE Group in Österreich finden regelmäßige interne und externe Kontrollen statt. Um die Sauberkeit und Hygiene in allen Märkten und Lagern sicherzustellen, kontrolliert das Qualitätsmanagement sowohl alle Filialen als auch die Lager anhand von standardisierten Hygienechecklisten. Die Ergebnisse der internen Audits durch das Kontrollteam werden systematisch erfasst und an die verantwortlichen Personen zur etwaigen Maßnahmenumsetzung im Unternehmen weitergeleitet.



# Kundengesundheit & Produktsicherheit

## BEURTEILUNG DER AUSWIRKUNGEN

### Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit

#### GRI 416-1

Im Rahmen des Qualitätsmanagements führt die REWE Group in Österreich systematische Prüfungen auf Gesundheit und Sicherheit entlang des gesamten Produktlebenszyklus durch. Besonderes Augenmerk liegt auf den rund 60 verschiedenen Eigenmarken der REWE Group in Österreich mit rund 7.400 Produkten, angefangen bei der Produktentwicklung über die Auswahl der Lieferanten bis hin zu regelmäßigen Qualitätsprüfungen. Jedes Produkt muss dabei spezifische Anforderungen erfüllen. Das betrifft sowohl die wertgebenden Bestandteile als auch den Verzicht auf bestimmte Inhaltsstoffe, wie Farbstoffe oder Geschmacksverstärker. Die Grenz- und Richtwerte für Eigenmarken-Warengruppen sind im sogenannten REWE Group Kodex festgelegt. Die Inhalte wurden mit Expert:innen der LVA GmbH, der SGS Institut Fresenius Austria GmbH und der AGES Wien entwickelt. 2020 wurden bei Eigen- und Exklusivmarken über 6.100 Produktuntersuchungen durchgeführt (exkl. Untersuchungen von Obst & Gemüse und Wegenstein).

Die Produkte der Eigenmarken werden regelmäßig intern sowie durch akkreditierte, unabhängige Institute untersucht. Dabei werden nicht nur die gesetzlich vorgeschriebenen Werte überprüft, sondern auch die oft weit darüber hinausreichenden Anforderungskriterien der REWE Group in Österreich. Damit in Krisenfällen – etwa bei Produktrückrufen – schnell und effizient reagiert werden kann, gibt es im Qualitätsmanagement eine zentrale Koordinationsstelle für das Krisenmanagement.

Für die Bio-Marken gibt es im Unternehmen zusätzlich eine eigene Qualitätssicherung. Im Auftrag von „Ja! Natürlich“ und „Echt B!O“ werden dabei Unternehmen und Produkte getestet. Das engmaschige Kontrollnetz umfasst so Jahr für Jahr neben den gesetzlichen Kontrollen auch zusätzliche Audits in Biobetrieben.

#### PESTIZIDREDUKTIONSPROGRAMM (PRP)

Die REWE Group in Österreich hat sich das Ziel gesetzt, die Pestizidbelastung bei konventionellem Obst und Gemüse zu reduzieren. Dazu arbeitet sie mit Erzeugern, NGOs und der Wissenschaft an Lösungen, um mögliche negative Effekte für

Umwelt und Gesundheit zu minimieren und dabei die Produktion und Ertragssicherheit für die Landwirte sicherzustellen. Vor diesem Hintergrund wurde bereits 2003 gemeinsam mit der Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000 das Pestizidreduktionsprogramm (PRP) entwickelt und ist bis dato im Einsatz.

Die Programmarbeit von GLOBAL 2000 umfasst vier Bereiche:

- Bindende Standards setzen
- regelmäßige Kontrollen durchführen
- Zusammenarbeit mit Landwirten und
- Bewusstseinsbildung.

Unabhängige Labors untersuchen wöchentlich Proben aus dem gesamten Obst- und Gemüsesortiment auf Pestizidrückstände. Die Probenziehung orientiert sich u.a. an der Saisonalität, sodass auch Obst und Gemüse, das nur wenige Wochen im Markt ist, entsprechend übergeprüft wird wie beispielsweise heimischer Spargel oder Kirschen. Die von GLOBAL 2000 festgelegten Grenzwerte sind für Lieferanten verpflichtend und liegen zumeist deutlich unter den gesetzlichen Höchstwerten. Die Ergebnisse der Untersuchungen werden laufend auf der BILLA und MERKUR Website veröffentlicht. Darüber hinaus erstellt GLOBAL 2000 für die REWE Group seit 2009 jährlich den Statusbericht Chemischer Pflanzenschutz. Dieser zeigt die Pestizidbelastung des konventionellen Sortiments an Frischobst und –gemüse und ist die Grundlage für Weiterentwicklungen.

Seit Herbst 2016 wurden auch Pestizide mit hormonell wirksamen Stoffen (EDC) in das PRP aufgenommen, deren Einsatz gesetzlich noch nicht reguliert ist. Diese Chemikalien sind körperfremde Stoffe, die körpereigene Hormone verstärken oder blockieren können. Da viele dieser Chemikalien bereits in sehr geringen Mengen wirken können, wurden viele im Rahmen des PRP verboten.

Im Jahr 2020 wurden 1.534 Proben untersucht. Dabei zeigte sich bei 87,7 Prozent keine Überschreitung der Grenzwerte. Die Auswertungen zeigen, dass die Belastung in den vergangenen Jahren zwar konstant niedrig geblieben, aber dennoch leicht angestiegen ist. Hintergrund waren u.a. lange Trockenphasen in manchen Regionen Österreichs, die zu einem erhöhten Schädlingsaufkommen geführt haben, weshalb mehr Pflanzenschutzmittel eingesetzt wurden. Sind solche Entwicklungen absehbar, wird bereits im Vorfeld an alternativen Maßnahmen gearbeitet bzw. besonders auf einen zielgenauen Einsatz von Pflanzenschutzmitteln geachtet.



# Kundengesundheit & Produktsicherheit

Es besteht weiterhin Handlungsbedarf. In den Fällen, wo eine zu hohe Pestizidbelastung nachgewiesen wurde, wurden die Produkte nicht freigegeben. Um die Belastung zu verringern, arbeiten die Agraringenieur:innen des Programms konstant mit den Produzenten und Lieferanten zusammen. Das Ziel ist es, weiterhin umweltschonendere Alternativen zum Einsatz von Pestiziden zu entwickeln.

## VERSTÖSSE

### Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit

#### GRI 416-2

Im Jahr 2020 gab es drei öffentliche Rückrufe bei Eigenmarkenprodukten der REWE Group in Österreich. Alle drei Produktrückrufe hatten Fremdkörper als Ursache. Nach den öffentlichen Rückrufen wurden die betroffenen Lieferanten durch externe Sachverständige im Auftrag des Qualitätsmanagements auditiert. Ziel dieser Audits war es, zu überprüfen, welche Maßnahmen in den Betrieben eingeleitet wurden, um solche Abweichungen möglichst zu vermeiden.

Bei den durchgeführten öffentlichen Rückrufen handelte es sich um Einzelfälle, es gab keine Häufungen bei Warengruppen oder Lieferanten. In allen Fällen konnten Kund:innen die Ware in den Märkten gegen Erstattung des Kaufpreises zurückgeben.



# Nachhaltigen Konsum fördern

## MANAGEMENTANSATZ

Die Förderung des Konsums nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen ist ein wichtiger Teil der Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group in Österreich. Damit nachhaltigere Sortimente erfolgreich sind, muss der soziale oder ökologische Mehrwert für die Kund:innen verständlich und glaubwürdig sein. Dabei ist zu beachten, dass auch andere Kriterien wie der Preis, die Qualität, die Verpackung und die Frische bei der Kaufentscheidung eine Rolle spielen. Dem Handel kommt eine wichtige Mittlerfunktion zu. Denn ohne ausreichende Nachfrage und Preisbereitschaft seitens der Kund:innen geraten verantwortungsvolle Anbieter schnell in eine wirtschaftliche Schiefelage, und ohne ein breites nachhaltiges Warenangebot kann kein Konsument ethisch handeln. Die REWE Group in Österreich nimmt als Marktführer ihre gesellschaftliche Verantwortung ernst und ist daher bestrebt, den Anteil an nachhaltigeren Produkten und Dienstleistungen zu erhöhen.

## Marketing und Kennzeichnung

### GRI 417

Im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitskommunikation setzt die REWE Group in Österreich verschiedene Maßnahmen um, die darauf abzielen, eine informierte Kaufentscheidung zu ermöglichen und die Konsument:innen für nachhaltigere Produkte und Dienstleistungen zu begeistern. Glaubwürdigkeit, Transparenz und eine zielgruppenspezifische Ansprache sind dabei wichtige Prinzipien der Kommunikation.

**Im Folgenden werden ausgewählte Maßnahmen zur Stärkung des Nachhaltigkeitsbewusstseins dargestellt.**

## MASSNAHMEN ZUR STÄRKUNG DES NACHHALTIGKEITSBEWUSSTSEINS

### NACHHALTIGKEITSWOCHEN

Im Rahmen von Nachhaltigkeitswochen werden Produkte und Partnerunternehmen einmal jährlich verstärkt in den Fokus der Öffentlichkeit gestellt. Seit 2010 findet diese Initiative bei BILLA, MERKUR, BIPA und ADEG statt. Gemeinsam mit verantwortungsvollen Partnern aus der Industrie und anhand

von Produkten und begleitender Kommunikation wird Nachhaltigkeit für die Kund:innen erlebbar gemacht. Dabei stehen Produkte im Mittelpunkt, die einen nachhaltigen Mehrwert in Hinblick auf gesunde Ernährung, Klima- und Umweltschutz, Biodiversität, soziales Engagement und Ähnliches bieten (z.B. Bio-Produkte, klimafreundliche oder stromsparende Produkte, FSC- und MSC-Produkte oder heimische und saisonale Produkte).

### FLUGBLATTKOMMUNIKATION

Flugblätter sind nach wie vor das wichtigste Kommunikationsmittel im Lebensmitteleinzelhandel. Aufgrund der Breitenwirkung ist dieses Medium besonders förderlich, um Bewusstsein für nachhaltigere Produkte im Sortiment zu schaffen. Die nachhaltigkeitsbezogenen Schwerpunktsseiten kommunizieren vor allem Themen wie Regionalität und Bio.

### „BLÜHENDES ÖSTERREICH“

Neben dem Schutz von ökologisch hochwertigen Flächen ist Bewusstseinsbildung ein wichtiger Teil der Initiative „Blühendes Österreich“. Um eine Breitenwirkung zu erzielen, kommunizieren BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG regelmäßig über ihre Kanäle wie Kundenmagazine, Newsletter oder Social Media über die Initiative Blühendes Österreich. Auf der Website von „Blühendes Österreich“ werden wöchentlich hochwertige Text-, Bild- und Videobeiträgen zu Natur-, Biodiversitäts- und Nachhaltigkeitsthemen veröffentlicht. Mit rund 80.000 Fans auf Facebook und über 26.000 Newsletter-Bezieher:innen im Berichtszeitraum, entwickelte sich „Blühendes Österreich“ zu einer der stärksten Kanäle für Naturfreunde und Nachhaltigkeitsfans in Österreich.



# Nachhaltigen Konsum fördern

## Grundsätze und Verfahren zur Produktkennzeichnung

### GRI 417-1

Die Produkte der REWE Group in Österreich werden im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich ihrer Herkunft, Zusammensetzung und Nutzung gekennzeichnet – ein Beispiel ist das Mindesthaltbarkeitsdatum. Die REWE Group in Österreich kennzeichnet Nachhaltigkeitsaspekte bei ihren Produkten über die gesetzlichen Anforderungen hinaus und macht bei vielen Produkten detaillierte Angaben zur Herkunft.

### NACHHALTIGKEITSLABEL UND ZERTIFIZIERUNGEN SCHAFFEN TRANSPARENZ UND GLAUBWÜRDIGKEIT

Darüber hinaus verwendet die REWE Group in Österreich anerkannte externe Labels für die Kennzeichnung ihrer Eigenmarken und führt Markenprodukte mit diesen Labels in ihrem Sortiment. Dazu zählen etwa Fairtrade, Forest Stewardship Council (FSC®), Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC™), Kontrollzeichen „Ohne Gentechnik hergestellt“, Marine Stewardship Council (MSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC) oder UTZ. Außerdem werden Bio- und Regionalprodukte gesondert ausgewiesen.

Damit die Kund:innen trotz der Vielfalt an Labeln eine informierte Kaufentscheidung treffen können, haben BILLA und MERKUR die wichtigsten Informationen zu verwendeten Labels und Zertifizierungen auf ihren Webseiten zusammengestellt.

### MIT HERKUNFTSANGABEN FÜR GRÖßERE LIEFERKETTENTRANSPARENZ

Viele Kund:innen möchten sich darüber informieren, woher die Produkte stammen, die sie einkaufen. Die REWE Group in Österreich entspricht diesem Wunsch, indem sie die Herkunft ausgewählter regionaler Produkte auszeichnet. Bei der Eigenmarke „Da komm‘ ich her!“ wird beispielsweise das Bundesland der Produktion auf der Verpackung angegeben.

Für ausgewählte Eigenmarken-Fischprodukte hat die REWE Group in Österreich im Jahr 2018 einen Tracking-Code für Fisch-Eigenmarkenprodukte eingeführt. Damit können sich Kund:innen auf den Webseiten der Vertriebslinien BILLA und MERKUR über die Lieferkette des Fischprodukts informieren.

## Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation

### GRI 417-3

Bei der Gestaltung der Werbung hält sich die REWE Group in Österreich grundsätzlich an die Gesetzgebung sowie an ethische und kulturelle Standards. Sie verzichtet ausdrücklich auf sexistische, diskriminierende, politische, pornografische, extremistische und gewaltverherrlichende Werbung. Wahrheit, Klarheit und Transparenz sind dabei die grundlegenden Prinzipien.

Darüber hinaus gelten die von der REWE Group entwickelten, unternehmensweit gültigen Verhaltenskodizes, Richt- und Leitlinien ebenso wie Vorschriften der nationalen Werberäte. Die Kommunikation von Nachhaltigkeit setzt ein besonderes Maß an Glaubwürdigkeit voraus. Die REWE Group in Österreich verpflichtet sich in ihrer Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften explizit zur Einhaltung geltender Verbraucherschützender Vorschriften sowie angemessener Vertriebs-, Marketing- und Informationspraktiken gegenüber dem Verbraucher. Um dies auch in der Gestaltung von Werbemaßnahmen zu berücksichtigen, werden diese vor Veröffentlichung von der Nachhaltigkeitsabteilung freigegeben.

Im Berichtszeitraum 2020 wurden keine wesentlichen Verstöße bekannt.



# Tierwohl

## MANAGEMENTANSATZ

Im Lebensmitteleinzelhandel spielt die Haltung und Nutzung von Tieren eine bedeutende Rolle. Tierische Produkte wie Fleisch, Milch oder Eier sind ein fester Bestandteil heutiger Ernährungsgewohnheiten – die Nutztierhaltung ist damit ein wesentlicher Zweig der landwirtschaftlichen Produktion. Für das Wohlbefinden der Nutztiere sind die Haltungsbedingungen entscheidend. Diese sind im Idealfall an die natürlichen Bedürfnisse der Tiere angepasst. In heutigen Produktionssystemen ist dies jedoch häufig nicht der Fall, da die Wirtschaftlichkeit in den Vordergrund gerückt ist und somit die Nutztiere den Haltungssystemen angepasst wurden.

Um die Tierhaltung in den intensiven konventionellen Haltungssystemen überhaupt erst zu ermöglichen, werden routinemäßige Eingriffe am Tier durchgeführt. Das Kürzen der Hörner bei Ochsen und Kühen oder das Kupieren des Ringelschwanzes bei Ferkeln ist hierfür ein Beispiel. Ein weiterer Brennpunkt ist das Töten männlicher Küken im konventionellen Bereich der Frischeiproduktion. Unter der Marke Toni's Freiland Eier wurde seit 2018 an einer Umstellung auf eine „Bruderhahnaufzucht“ gearbeitet. Seit Herbst 2019 werden auch die männlichen Küken aufgezogen.

Nachhaltigkeit ist als fester Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt.

Im Rahmen der Handlungsfelder Bewusste Ernährung, Fairness und Sozialstandards, Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) sowie Tierwohl werden wirksame Maßnahmen in der Säule „Grüne Produkte“ entwickelt, um negative ökologische und soziale Auswirkungen zu reduzieren. Das Ziel des Handlungsfelds Tierwohl ist es, zusammen mit Geschäftspartnern und Lieferanten verbindliche Standards zu implementieren und den Dialog zwischen allen Partnern zu fördern, um den negativen Auswirkungen mit Blick auf das Tierwohl entgegenzuwirken.

## Physische Veränderung an Tieren

### GRI FP10

In ihrer Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften bekennt sich die REWE Group zur Einhaltung und Verbesserung von Tierschutzstandards sowie zum Ausbau des Tierschutzes in der Tierhaltung. Um dieser Verpflichtung nachzukommen, veröffentlichte die REWE Group 2015 mit dem Leitbild Nutztierhaltung der Zukunft ein Positionspapier, das die übergreifenden Ziele der REWE Group in Österreich für eine nachhaltigere Tierhaltung dokumentiert. Es zeigt die verschiedenen Anforderungen auf, die eine zukunftsfähige Landwirtschaft in Einklang bringen muss. Dazu zählen neben Tierwohl auch Umwelt- und Klimaschutz, Ressourceneffizienz, Lebensmittelsicherheit und Wirtschaftlichkeit. Außerdem formulierte die REWE Group mit dem Leitbild einen Wertekanon für ihr Tierwohlangagement. Dieser orientiert sich an den „Fünf Freiheiten“ einer verantwortungsvollen Nutztierhaltung, die durch das Farm Animal Welfare Council des britischen Landwirtschaftsministeriums definiert wurden:

Dieser orientiert sich an den „Fünf Freiheiten“ einer verantwortungsvollen Nutztierhaltung, die durch das Farm Animal Welfare Council des britischen Landwirtschaftsministeriums definiert wurden:

1. **Freiheit von Hunger, Durst und Fehlernährung**
2. **Freiheit von Unbehagen**
3. **Freiheit von Angst, Stress und Leiden**
4. **Freiheit von Schmerzen, Verletzungen und Krankheiten**
5. **Freiheit zum Ausleben normaler Verhaltensweisen**

Das Leitbild dient dazu, die bestehenden Projekte und Anforderungen weiterzuentwickeln. Über bestimmte Programme wurden spezifische Haltungs- und Managementsysteme mit konkreten Vorgaben verbunden. Zusätzlich zum Leitbild Nutztierhaltung der REWE Group veröffentlichte die REWE Group in Österreich im Dezember 2016 eine eigene Leitlinie Tierwohl, die die wesentlichen Maßnahmen und Handlungsfelder für Österreich darstellt.



## Projekte und Maßnahmen zur Verbesserung des Tierwohls

### „JA! NATÜRLICH“

„Ja! Natürlich“ setzt bereits seit vielen Jahren eine ständige Bewegungsfreiheit von Jungrindern und Milchkühen um. Die Tiere haben 365 Tage im Jahr Zugang zu einem befestigten Auslauf, der direkt an das Stallgebäude angeschlossen ist. Insbesondere in der kalten Jahreszeit, wo keine natürliche Futteraufnahme auf der Weide möglich ist, ist das von großer Bedeutung. Bei geeigneten Witterungs- und Bodenverhältnissen haben die Tiere Zugang zu Weideflächen, um der natürlichen Futteraufnahme durch Gras nachzukommen. Jedes Jahr werden rund 8.500 Jungrinder von „Ja! Natürlich“ vermarktet.

### „FAIR ZUM TIER“

Die bisherigen Tierwohlprogramme PRO PLANET Huhn und Merkur „Fair zum Tier“ wurden im Frühjahr 2020 in den neuen „Fair zum Tier“ Standard integriert. Mit dem „Fair zum Tier“ Siegel werden Produkte, bei denen die Produktion unter höheren Tierwohlstandards als den gesetzlichen Vorgaben stattfindet, gekennzeichnet. Die Auslobung erfolgt auf Eigenmarkenprodukten von Fleisch (Rind, Schwein, Huhn), Eiern und Molkereiprodukten. Durch die Kennzeichnung soll es den Kund:innen erleichtert werden, beim Einkauf Produkte aus artgemäßer und konventioneller Tierhaltung leichter zu erkennen. Darüber hinaus soll mit diesem Programm ein weiterer Schritt für eine nachhaltige Verbesserung der konventionellen Tierhaltung in Österreich gesetzt werden. Um die hohe Qualität der Produkte sicherzustellen, werden entlang der gesamten Wertschöpfungskette unabhängige Kontrollen durchgeführt.

Für den Schweinefleischbereich werden eigens, um- bzw. neugebaute Ställe für die Produktion verwendet. Dies ist notwendig da die „Fair zum Tier“ Richtlinien ein Verbot von Vollspaltenböden, 100 Prozent mehr Platz und den Zugang ins Freie vorschreiben. Darüber hinaus dürfen Eingriffe an Ferkel, wie die Kastration und das Kupieren des Schwanzes, nicht ohne vorangehende Betäubung, Schmerzausschaltung und einer Schmerznachbehandlung durchgeführt werden. Die Fütterung der Schweine erfolgt mit heimischem gentechnikfreien Soja, was zum Großteil von den schweinehaltenden Betrieben selbst stammt.

Das Rindfleisch des „Fair zum Tier“ Programms stammt von Masttieren und Ochsen, welche in Österreich geboren, auf-

gezogen und geschlachtet werden. Die Mastrinder müssen in Laufställen mit Zugang zu einem Auslauf oder eine Weide gehalten werden. Falls dies nicht möglich ist, ist ein Offenfrontstall (eine Seite des Stallgebäudes ist offen – Tageslicht und frische Luft) eine mögliche Alternative. Die Stallgebäude müssen mindestens 35 Prozent mehr Platz aufweisen als gesetzlich vorgeschrieben. Als Futter erhalten sie ausschließlich hochwertige Silage, Heu und gentechnikfreies Getreide. Ein Verbot von Vollspaltenböden, Anbindehaltung und langen Transportwegen zum Schlachthof sind ebenfalls im Qualitätsprogramm festgeschrieben. Die Enthornung und Kastration der Tiere darf nur behutsam unter Betäubung und Schmerzausschaltung sowie -nachbehandlung erfolgen. Derzeit sind 114 landwirtschaftliche Betriebe Lieferanten für das Programm.

Die Milchkühe der 26 teilnehmenden „Fair zum Tier“ Betriebe müssen in Laufställen gehalten werden und eine Anbindehaltung ist verboten. Darüber hinaus sind Weidehaltung oder ein Auslauf verpflichtend. Die Fütterung erfolgt ausschließlich mit Heu und frischem Gras und der Einsatz von Getreideschrot ist begrenzt. Eingestreute Liegeflächen sowie Scheuermöglichkeiten tragen wesentlich zum Wohlbefinden der Tiere bei.

Alle „Fair zum Tier“ Hühner stammen ausschließlich von österreichischen Partnerbetrieben aus Kärnten und der Steiermark – derzeit 77 Betriebe. Den Masthühnern steht rund 20 Prozent mehr Lebensraum und Tageslicht als gesetzlich vorgeschrieben zur Verfügung. Mit Strohballen steht den Hühnern auch zusätzliches Beschäftigungsmaterial und wichtige Ruheplätze zur Verfügung. Ebenso ist der Schutz der Tiere bei Verladung, Transport und Schlachtung streng geregelt. Etwa 70 Hühnermastbetriebe nehmen am Programm teil.

Für die Legehennen der 59 teilnehmenden Betriebe bedeutet „Fair zum Tier“ ein Stall mit mehr Platz und der Zugang zu einem Auslauf ins Grüne. Im Stall gibt es erhöhte Sitzebenen und Nester mit natürlicher Einstreu. Bei unbeständigem Wetter können die Tiere einen Wintergarten nutzen. Bei der Fütterung wird auf gentechnikfreie Futtermittel aus Österreich bzw. Europa Wert gelegt. Die Anzahl an Hennen pro Stall ist auf max. 3.000 Tiere begrenzt. Die Brüder (männliche Küken) der Hennen, werden bei Fair zum Tier gleichfalls berücksichtigt.

Die Aufzucht der männlichen Küken erfolgt auf eigenen Betrieben, bei denen den Küken sowohl ein Grünauslauf als auch ein Außenscharrraum zur Verfügung gestellt wird. Darüber hinaus ist die Besatzdichte auf 21 kg/m<sup>2</sup> beschränkt, was



einer wesentlichen Reduktion gegenüber dem gesetzlichen Standard in Österreich entspricht. Die Mindestaufzucht-dauer liegt bei neun Wochen und in dieser Zeit werden den Hähnen ausschließlich gentechnikfreie Futtermittel zur Verfügung gestellt.

## WEITERE MASSNAHMEN ZUR VERBESSERUNG DES TIERWOHLS

Stopfmast und Lebendrupf ist in vielen Ländern Europas in der Gänsehaltung im Gegensatz zu Österreich nach wie vor erlaubt und auch in Österreich werden immer noch diese Produkte verkauft. Um diese qualvollen Praktiken auszuschließen, bietet die REWE Group in Österreich einerseits österreichische Ware an. Zusätzlich wird ausländische Ware nur von Betrieben gekauft, die von der Tierschutzorganisation VIER PFOTEN freigegeben wurden. Damit wird sichergestellt, dass die Betriebe regelmäßig kontrolliert werden und die Gänse weder gestopft noch lebend gerupft wurden. Ebenso ist Auslaufhaltung vorgeschrieben.

Seit 2012 ist ein EU-weites Verbot der konventionellen Käfighaltung für Legehennen in Kraft. Die REWE Group in Österreich ging noch einen Schritt weiter: In Eigenmarken-Produkten wie zum Beispiel Nudeln oder Backwaren dürfen nur Eier aus Boden- und Freilandhaltung verarbeitet werden. Um das sicherstellen zu können, verlangt die REWE Group in Österreich von ihren Produzenten seit 2013 eine entsprechende Zertifizierung oder eindeutige Nachweise. Das dabei empfohlenen Zertifizierungssysteme KAT und HG sollen den Konsument:innen Sicherheit geben, dass dieses Produkt keine Eier aus konventioneller Käfig- oder Kleinvolierenhaltung enthält.

## TOURISTIK

Um dem Anspruch nach tierfreundlichen Angeboten gerecht zu werden, verabschiedete auch die DER Touristik 2017 eine verbindliche Tierschutzrichtlinie. Als verantwortungsbewusster Reiseveranstalter, der sich zu nachhaltigem Handeln verpflichtet, legt die DER Touristik Wert auf Natur- und Tierschutz. Aus diesem Grund unterstützt das Unternehmen vor allem Reiseerlebnisse, bei denen die Beobachtung von Tieren in freier Wildbahn im Vordergrund steht. Die Tierschutzrichtlinie regelt den Umgang touristischer Produkte mit Tierinteraktionen und verfolgt das Ziel, sämtliche Angebote der DER Touristik, bei denen Tiere zur touristischen Unterhaltung eingesetzt werden, bis 2020 zu überprüfen und sukzessive anzupassen. Angebote, die nicht den Anforderungen der Richtlinie entsprechen, werden aus dem Programm genommen oder – wo möglich – durch tierfreundlichere Alternativen ersetzt. Konsequenterweise wurden Angebote wie Elefantenreiten und Elefantenshows, Delfinschwimmen, Spazierengehen und Selfies mit Wildkatzen und Bärenshows aus dem Verkauf der deutschen Veranstaltermarken genommen. Um die Einhaltung der festgelegten Tierschutzkriterien und anerkannten Standards Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften sicherzustellen, werden Tiereinrichtungen im Rahmen unabhängiger Audits überprüft. Des Weiteren verpflichtet sich die DER Touristik, ihre Kunden über einen angemessenen Umgang mit Tieren und tierfreundliche touristische Angebote zu informieren. Aufbauend auf der 2017 verabschiedeten Tierschutzrichtlinie und in Anerkennung ihrer Verantwortung hat die DER Touristik ihre Richtlinie 2019 auf die gesamte DER Touristik Gruppe ausgeweitet. Dazu zählen eine umfassende Gruppenstrategie und ein Aktionsplan mit verbindlichen Maßnahmen. Bis 2022 soll die Anpassung des gesamten Produktportfolios des Konzerns an etablierte Tierschutzstandards abgeschlossen sein. Neben Elefanten soll der Fokus in einem nächsten Schritt auf Einrichtungen und Angeboten mit Meeressäugern liegen.



# Kinder- & Zwangsarbeit

## MANAGEMENTANSATZ

Die REWE Group in Österreich bezieht eine Vielzahl von Produkten und Produktbestandteilen über Lieferketten, die sich über mehrere Länder erstrecken können. Dabei spielt das Risiko der Kinder- und Zwangsarbeit eine bedeutende Rolle.

Nachhaltigkeit ist als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt.

Um sich für die Zukunft optimal aufzustellen und Nachhaltigkeit als festen Bestandteil in die Beschaffungsprozesse zu integrieren, wurde im Jahr 2018 begonnen den strategischen Ansatz im Bereich „Grüne Produkte“ zu überarbeiten. Im Rahmen der Handlungsfelder Bewusste Ernährung, Fairness und Sozialstandards, Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) und Tierwohl wurden wirksame Maßnahmen in der Säule „Grüne Produkte“ entwickelt, um ökologische und soziale Auswirkungen zu reduzieren. Innerhalb des Handlungsfelds Fairness und Sozialstandards wurde das Fokusthema Kinder- und Zwangsarbeit identifiziert. Die REWE Group in Österreich verfolgt das Ziel, Kinder- und Zwangsarbeit systematisch zu bekämpfen.

Als ausbeuterische Kinderarbeit gilt, wenn Kinder unter 13 Jahren mehr als einige Stunden pro Woche leichte Arbeit verrichten oder Kinder unter 15 Jahren eine gefährliche oder belastende Arbeit verrichten. In vielen Risikoländern wird das Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit nicht ausreichend umgesetzt und verfolgt.

Zwangsarbeit äußert sich häufig durch eine Einschränkung der Bewegungsfreiheit, das Einbehalten des Lohns und der Personalpapiere sowie die Verschuldung gegenüber dem Arbeitgeber oder einer Arbeitsvermittlung. Da häufig legal oder illegal eingewanderte Migrant:innen oder Leiharbeiter:innen betroffen sind, wird Zwangsarbeit oft nicht angezeigt und ist schwer zu kontrollieren.

## Kinderarbeit

### GRI 408

## Zwangs- oder Pflichtarbeit

### GRI 409

Für alle Geschäftsbeziehungen greift die Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften der REWE. Die Leitlinie orientiert sich an der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und dem UN Global Compact. Darin ist das Verbot von Zwangsarbeit festgeschrieben: Niemand darf gegen seinen Willen beschäftigt oder unter Anordnung irgendeiner Strafe zur Arbeit gezwungen werden. Auch die Vermeidung ausbeuterischer Kinderarbeit ist hier verankert. Dabei hält sich die REWE Group in Österreich an die von der ILO gesetzten Standards zur Kinderarbeit und an die jeweils gültigen nationalen Gesetze. Im Falle vorsätzlicher grober Missachtung der in der Leitlinie beschriebenen Werte behält sich die REWE Group in Österreich Sanktionen vor.

Im Rahmen der Mitgliedschaft bei amfori BSCI verpflichtet die REWE Group sich selbst sowie alle Lieferanten und Produzenten, den Verhaltenskodex von amfori BSCI einzuhalten und sich zu den Prinzipien zu bekennen. Dazu zählt unter anderem der Verzicht auf ausbeuterische Kinder- und Zwangsarbeit. Gemeinsam mit ihren Lieferanten arbeiten wir daran, Arbeits- und Sozialstandards kontinuierlich zu verbessern.



# Kinder- & Zwangsarbeit

## STANDARDS

### Durch Standards Kinder- und Zwangsarbeit bei der Rohstoffgewinnung vermeiden

Um die Kinder- und Zwangsarbeit auf der Stufe des Rohstoffanbaus zu bekämpfen und sozial verträgliche Arbeitsbedingungen sicherzustellen, setzt die REWE Group in Österreich auf international anerkannte Zertifizierungsstandards. Die wichtigsten Organisationen sind Fairtrade, Rainforest Alliance und UTZ. Sie gewährleisten höhere Standards im Rohstoffanbau sowie eine transparentere Lieferkette. Kinder- und Zwangsarbeit sind im Rahmen dieser Standards verboten. Mit Blick auf den Rohstoff Palmöl ist außerdem der Standard des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) zentral – dieser soll sicherstellen, dass auf den Plantagen keine Kinderarbeit stattfindet.

### Kinderarbeit im Kakaosektor bekämpfen

Aufgrund der strukturellen Armut und des Mangels an Schulen ist Kinderarbeit im Kakaoanbau weit verbreitet. Um Kosten so niedrig wie möglich zu halten, helfen insbesondere in familienbasierten Kleinbetrieben Kinder während der Erntezeit oft mit. Die REWE Group in Österreich setzt sich dafür ein, dass kakaohaltige Erzeugnisse in ihren Sortimenten unter Achtung der Menschenrechte und Einhaltung von anerkannten Sozial- und Arbeitsstandards hergestellt werden. Dafür setzt das Handelsunternehmen auf entsprechende Zertifizierungen wie Fairtrade, Rainforest Alliance oder UTZ.

### Maßnahmen zur Verhinderung von Zwangsarbeit im Fischereisektor

Ein Großteil der traditionellen Fischerei sowie der Arbeit in Aquakulturbetrieben findet in Asien und Afrika statt. Häufig entsprechen die Arbeitsbedingungen in diesen Ländern nicht den international anerkannten Standards – es liegt insbesondere ein erhöhtes Risiko für Zwangsarbeit vor. Das Ziel der REWE Group ist es, die Wahrung der Menschenrechte und die Einhaltung fundamentaler Sozial- und Arbeitsschutzstandards im Fischereisektor sicherzustellen. Die Einhaltung der Grundprinzipien zum Verzicht auf Kinder- und vor allem Zwangsarbeit ist in der Zusammenarbeit mit Lieferanten von Fisch und Meeresfrüchten besonders relevant. Durch den Bezug von zertifizierter Ware werden in der Aquakulturlieferkette im Rahmen der Audits auch die Farmen auf die Einhaltung der Grundprinzipien überprüft. Da es für Fangschiffe noch keine etablierte Zertifizierung für Arbeits- und Menschenrechte gibt, setzt sich die REWE Group dafür ein, dass soziale Prinzipien in die Standards für Wildfisch aufgenommen und durch Zertifizierungen sichergestellt werden.

Mehr Informationen zum Umgang mit Kinder- und Zwangsarbeit auf der Stufe des Rohstoffabbaus siehe Abschnitte Fokusrohstoffe – Food bzw. Fokusrohstoffe – Non-Food.



# Ernährung

## MANAGEMENTANSATZ

Lebensumstände und Essgewohnheiten haben sich in den vergangenen Jahrzehnten kontinuierlich gewandelt. Die klassische Abfolge von Mahlzeiten im häuslichen Familienumfeld verliert an Bedeutung: Es wird immer mehr außer Haus verzehrt; Lebensmittel sind hierzulande nahezu immer und überall verfügbar. Gleichzeitig verändert die Digitalisierung die Arbeitswelt – eine zunehmende Anzahl von Menschen arbeitet am Schreibtisch, die körperliche Arbeit nimmt ab. In der Folge benötigen die Menschen heutzutage weniger Energie als frühere Generationen. Da das Ernährungsverhalten mehrheitlich nicht angepasst wurde, führte dies zu einer unausgewogenen Ernährung.

Gleichzeitig ist Essen auch Ausdruck der persönlichen Weltanschauung und des Lebensstils. Das belegt die steigende Zahl an Mikrotrends wie Vegan, Paleo, Proteinsnacks, Superfoods oder Fair Foods. Konsument:innen wünschen sich daher von Herstellern und dem Handel Angebote, die auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmt sind, sowie Unterstützung sich nachhaltig und gesund zu ernähren.

Täglich kommen etwa 1,9 Millionen Menschen in die Märkte von BILLA, MERKUR, BIPA, PENNY und ADEG. Damit hat die REWE Group in Österreich als führender Lebensmittelhändler und Drogeriefachhandel einen großen Hebel, um ihrer gesellschaftlichen Verantwortung im Hinblick auf ein ausgewogenes Angebot von Lebensmitteln und Produkten des täglichen Bedarfs nachzukommen.

Nachhaltigkeit ist als fester Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert. Die ökologischen wie sozialen Auswirkungen der REWE Group in Österreich sollen im Rahmen der Säule „Grüne Produkte“ insbesondere in den folgenden vier Handlungsfeldern reduziert werden: Bewusste Ernährung, Fairness und Sozialstandards, Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) sowie Tierwohl. Die Aktivitäten zum Handlungsfeld Bewusste Ernährung verfolgen das Ziel, eine vielfältige Ernährung und einen gesunden Lebensstil zu fördern – durch Produktpassungen und die Sensibilisierung der Konsument:innen.

## GRI Food Processing (FP): Gesunde und erschwingliche Lebensmittel

Mit Blick auf die Ernährung spielt die Anpassung des Produktangebots eine bedeutende Rolle. Bei den Eigenmarkenprodukten hat die REWE Group in Österreich die Möglichkeit, durch die Anpassung von Rezepturen im Hinblick auf Nährstoffe wie Zucker, Salz, Fett oder gesättigte Fettsäuren einen Beitrag für eine ausgewogene und gesunde Ernährung zu leisten.

Im Fokus steht bei der REWE Group in Österreich die Reduktion von Salz und Zucker in den Eigenmarken. Dafür hat das Unternehmen 2018 ein Positionspapier veröffentlicht, in welchem Prozesse und Ziele der Salz- und Zuckerreduktion festgeschrieben sind. Ziel der Strategie ist es, bis 2023 bei 200 Artikel des Eigenmarken-Sortiments die Rezepturen zu überarbeiten, um bei noch mehr Produkten eine Zucker bzw. Salzreduktion umzusetzen. Bei den relevanten Warengruppen Molkerei-Produkte, Süßwaren, süße Feinbackwaren, Eis, Obstkonserven, Convenience-Produkte und alkoholfreie Getränke ist bereits 2018 eine Überprüfung auf ihren Zucker-gehalt erfolgt. In der Folge wurden auch der Salzgehalt und andere Komponenten überprüft werden. Auch Neulistungen werden überprüft und Reduktionspotenziale ermittelt.

## Engagement in der Sortimentsgestaltung bei Eigenmarkenprodukten

Zur Förderung einer ausgewogenen Ernährung nimmt die REWE Group in Österreich entsprechende Änderungen in den Rezepturen der Eigenmarken vor. Diese können allerdings den Geschmack und andere Qualitätsmerkmale beeinflussen und müssen daher schrittweise, mit Augenmaß und im Dialog mit den Kund:innen erfolgen. Auf diese Weise agiert die REWE Group in Österreich nicht als Vormund ihrer Kund:innen, sondern als Partner. Begleitet werden diese produktbezogenen Maßnahmen durch entsprechende kommunikative Schritte und Informationsangebote in den zur Verfügung stehenden Medien.



In Zusammenarbeit mit den Lieferanten werden vor allem die Produktkategorien Molkerei-Produkte, Süßwaren, süße Feinbackwaren, Eis, Obstkonserven, Convenience-Produkte und alkoholfreie Getränke verstärkt Artikel, die bereits das Kriterium einer maßgeblichen Zuckerreduktion (minus 30 Prozent) erfüllen oder „ohne Zuckerzusatz“ sind, in den Fokus der Kund:innen gerückt. Außerdem arbeitet die REWE Group in Österreich laufend an der Entwicklung neuer Artikel, die einen möglichst geringen Zuckergehalt mit einem höchstmöglichen Genussfaktor verbinden.

Das Ziel der Produktentwicklung bei den Eigenmarken der REWE Group in Österreich ist es, die Kund:innenn dabei zu unterstützen, sich bewusst zu ernähren. So sollen sie wieder einen Überblick darüber bekommen, welche Inhaltsstoffe und wieviel davon sie täglich zu sich nehmen. Die Rezepturen sollen so weiterentwickelt werden, dass sie bei vollem Geschmack und gewohnter Konsistenz auch mit weniger Inhaltsstoffen auskommen.

**Darüber hinaus will die REWE Group in Österreich im Dialog mit der Lebensmittelindustrie Entwicklungen zu einer ausgewogenen Ernährung forcieren. Dazu wurden in verschiedenen Produktkategorien bereits die Rezepturen verbessert und folgendes erreicht:**

- „Ja! Natürlich“ verzichtet vollständig auf Aromastoffe, Geschmacksverstärker, gehärtete Fette und Konservierungsmittel (außer Pökelsalz bei Wurst).
- Die Eigenmarken „Hofstädter“, „Chef Menü“ und „Simply Good“ kommen ohne künstliche Aromen, Geschmacksverstärker und Konservierungsmittel (außer Pökelsalz bei Wurst) aus.
- Der maximale Salzgehalt liegt bei den Eigenmarken „Chef Menü“ und „Simply Good“ bis auf wenigen Ausnahmen bereits gemäß der WHO-Richtlinie bei unter 1,5g /100g.
- Zuckerreduzierte Artikel finden sich u.a. in den Eigenmarkenlinien „Ja! Natürlich“, „clever“, „Simply Good“, „MERKUR Immer gut“, BILLA, etc.
- In einigen Artikeln von „Ja! Natürlich“ wird bereits gänzlich auf Zuckerzusatz verzichtet.

# Energie, Klima & Umwelt





# Energie, Klima & Umwelt

## STRATEGISCHER ANSATZ

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen der internationalen Staatengemeinschaft. In diesem Bewusstsein haben die Vertragsstaaten der UN-Klimarahmenkonvention am 12. Dezember 2015 das Übereinkommen von Paris verabschiedet und sich damit zu dem Ziel bekannt, die Erderwärmung auf deutlich unter 2 Grad gegenüber vorindustriellen Werten zu halten und Anstrengungen zu unternehmen, den Temperaturanstieg auf 1,5 Grad zu begrenzen. Denn bereits ein Anstieg von 2 Grad bedroht bestehende Ökosysteme und gefährdet damit die biologische Vielfalt und die Lebensgrundlagen von Millionen von Menschen.

Die REWE Group in Österreich ist sich ihrer Verantwortung für das Klima bewusst: Ein erheblicher Teil der weltweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen entsteht bei der Herstellung und dem Konsum von Produkten sowie bei der Bereitstellung von Dienstleistungen. Auch im Betrieb der Märkte, in der Logistik und an den Standorten entstehen Treibhausgasemissionen. Die Bedeutung von Maßnahmen zum Klimaschutz für die REWE Group in Österreich bestätigten auch die Stakeholder im Rahmen der 2020 aktualisierten Wesentlichkeitsanalyse: Das Thema wurde als besonders relevant eingestuft und erreichte im Ranking den vierten Platz (für weitere Informationen siehe Abschnitt Wesentlichkeitsanalyse).

Gleichzeitig ist die REWE Group selbst durch den Klimawandel in unterschiedlicher Weise betroffen: Klimatische Veränderungen, hohe Niederschlagsmengen und Stürme können die eigenen Standorte beeinträchtigen und haben Einfluss auf Produkte und Dienstleistungen, da das Unternehmen auf die langfristige und verlässliche Verfügbarkeit von Lebensmitteln angewiesen ist. Extremwetterereignisse und veränderte klimatische Bedingungen können Anbau und Ernte von Rohstoffen bedrohen und zu höheren Einkaufspreisen führen. In der Touristik können durch den Klimawandel langfristig ganze Destinationen gefährdet werden. Dazu gehören vor allem Inseln, Küstenregionen oder Skigebiete.

Nachhaltigkeit ist als fester Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Enga-

gement“ sichergestellt. Im Rahmen der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ verfolgt die REWE Group in Österreich das strategische Ziel, einen aktiven Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz zu leisten und die Belastungen für Klima und Umwelt so gering wie möglich zu halten.

Das Bestreben der REWE Group mit Blick auf den Klima- und Ressourcenschutz ist in der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften fest verankert. Die Nachhaltigkeitssäule „Energie, Klima und Umwelt“ befasst sich im Wesentlichen mit umweltrelevanten Aktivitäten, die in den eigenen Geschäftsprozessen liegen. Dazu zählen die Errichtung und der Betrieb der Märkte, Lager-, Verwaltungs- und Produktionsstandorte, die Logistik sowie Ressourcen und Materialien, die für die eigene Geschäftstätigkeit benötigt werden. Dabei steht das Bemühen im Vordergrund, Ressourcen sparsam zu nutzen und den Einsatz von recycelten und nachhaltigeren Materialien zu erhöhen.

Die Einsparung von Energie und die Vermeidung klimaschädigender Emissionen haben aufgrund des Filialsystems einen besonderen Stellenwert für das Unternehmen. So hat die REWE Group in Österreich ein zentrales Energiemanagement zur Steuerung ihrer Effizienzmaßnahmen aufgebaut, setzt seit 2008 auf die Nutzung von Grünstrom, schöpft Optimierungspotenziale in der Logistik aus und verfolgt mit ihren mittlerweile 1.368 energieeffizienten Filialen seit 2009 einen umfassenden Nachhaltigkeitsansatz für ihre Standorte. Ihre Fortschritte überprüft die REWE Group in Österreich in einer jährlichen Klimabilanz, die von unabhängigen Experten erstellt wird.

## HANDLUNGSFELDER

In der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ hat die REWE Group in Österreich im Rahmen eines Strategieprozesses die folgenden drei Handlungsfelder identifiziert: Energieeffizienz, klimarelevante Emissionen und Ressourcenschonung. Die Steuerung über alle Handlungsfelder hinweg obliegt dem Arbeitskreis „Energie, Klima und Umwelt“, in der alle Vertriebslinien und relevanten Holding-Bereiche vertreten sind.



## ZIELE UND KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPIs)

Um die Fortschritte in der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ messbar zu machen, wurden verschiedene KPIs mit dazugehörigen Zielen definiert. Im Jahr 2013 hat die REWE Group in Österreich ihr seit 2009 bestehendes Klimaziel mit der REWE Group in Deutschland ein gemeinsames Ziel gesetzt, die Treibhausgasemissionen pro Quadratmeter Verkaufsfläche bis 2022 gegenüber 2006 zu halbieren.

Dieses CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel konnte 2020 frühzeitig erreicht werden, durch eine Vielzahl an Maßnahmen wie den Bezug von Grünstrom aus Österreich, die sukzessive Umstellung auf klimafreundlichere Kältemittel oder den Einbau von Türen an Kühlregalen. Die REWE Group geht den Kurs ihrer Klimastrategie jedoch konsequent weiter.

**Das neue Klimaziel: Bis zum Jahr 2040 soll die REWE Group in allen Ländern klimaneutral werden. Als Zwischenziel sollen die absoluten Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2030 um weitere 30 Prozent gegenüber dem neuen Basisjahr 2019 reduziert werden.**

### Treibhausgasemissionen

- KPI: Treibhausgasemissionen (CO<sub>2</sub>-Äquivalente) für Deutschland und Österreich pro Quadratmeter Verkaufsfläche
- Ziel: Bis 2022 gegenüber 2006 halbieren
- Status: -53,6%
- Maßnahmen: siehe Abschnitt Klimaschutz

Neben dem übergeordneten Klimaziel hat die REWE Group in Österreich zwei weitere KPIs festgelegt, welche die Wirksamkeit von Maßnahmen zur Energieeffizienz und zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen darstellen. Sie setzen bei den Aktivitäten an, die für wesentliche Verbräuche bzw. Treibhausgasemissionen stehen und bei denen die REWE Group in Österreich durch eigene Maßnahmen eine direkte Wirkung erzielen kann: Energieeffizienz (Beleuchtung und Kühlung) und kältemittelbedingte Treibhausgasemissionen.

### Stromverbrauch

- KPI: Stromverbrauch je Quadratmeter Verkaufsfläche (in kWh/m<sup>2</sup>) in Österreich
- Ziel: Senkung um 9,35% zwischen 2012 und 2022
- Status: -16,77%
- Maßnahmen: Siehe Abschnitt Energie

### Kältemittel

- KPI: Kältemittelbedingte Treibhausgasemissionen je Quadratmeter Verkaufsfläche (in kg CO<sub>2</sub>-Äquivalenten/m<sup>2</sup>) in Österreich
- Ziel: Reduzierung um 35% zwischen 2012 und 2022
- Status: -62,3%
- Maßnahmen: Siehe Abschnitt Klimaschutz

Damit hat die REWE Group in Österreich die für 2022 angestrebten Zielwerte bereits im Jahr 2018 erreicht. Für den KPI zum Stromverbrauch je Quadratmeter Verkaufsfläche leisteten der Einsatz von LED bei der Beleuchtung, die Maßnahmen für energieeffizientere Kühlung sowie Bau- und Umbaumaßnahmen einen entscheidenden Beitrag. Insgesamt zeigt sich an diesem Erfolg die Wirksamkeit der implementierten Energiemanagementsysteme. Beim KPI zu kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen je Quadratmeter Verkaufsfläche trägt die Reduktion von Kältemittelverlusten und der Einsatz klimaschonenderer Kältemittel wesentlich zur Zielerreichung bei. Dies sind zunehmend auch natürliche Kältemittel wie CO<sub>2</sub> oder Propan, die ein geringeres Treibhausgaspotenzial aufweisen.

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Mit ihrem Engagement in der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ leistet die REWE Group in Österreich auch einen Beitrag zu globalen Zielen einer nachhaltigen Entwicklung. Ein Abgleich der Nachhaltigkeitsstrategie mit den Sustainable Development Goals (SDGs) zeigt, dass vor allem SDG 7: Erneuerbare Energien, SDG 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden sowie SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz für die Säule „Energie, Klima und Umwelt“ relevant sind. Im Rahmen dieser Analyse wurde von den Nachhaltigkeitsverantwortlichen der REWE Group und externen Stakeholdern das SDG 7: Erneuerbare Energien mit hoher Relevanz für die REWE Group bewertet (siehe auch Abschnitt Nachhaltigkeitsstrategie).

## REPORTING

In den folgenden Abschnitten des GRI-Berichts sind alle Ansätze, Daten und Themen der Säule "Energie, Klima und Umwelt" zu finden:

- Abfall
- Energie
- Klimaschutz
- Materialien
- Wasser



# Materialien

## MANAGEMENTANSATZ

In der täglichen Arbeit setzt die REWE Group in Österreich verschiedene Materialien ein, für die natürlichen Rohstoffe benötigt werden. Diese effizient zu nutzen, ist ein Kernelement nachhaltigen Wirtschaftens. Nachhaltigkeit ist als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt. Im Rahmen der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ wurden drei Handlungsfelder definiert: Energieeffizienz, klimarelevante Emissionen und Ressourcenschonung.

Die Aktivitäten im Bereich der Materialeinsparungen sind dem Handlungsfeld Ressourcenschonung zuzuordnen. Die REWE Group in Österreich setzt sich das Ziel, wo immer möglich, natürliche Ressourcen einzusparen und Materialkreisläufe zu schließen.

## Materialien

### GRI 301

In der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften bekennt sich die REWE Group zu einer effizienten Nutzung der natürlichen Ressourcen Boden, Luft und Wasser sowie von Rohstoffen, Kraft und Brennstoffen. Dafür optimiert die REWE Group in Österreich relevante Ressourcenverbräuche in ihren Geschäftsprozessen und setzt produkt- oder rohstoffbezogene Maßnahmen um, die in vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette ansetzen. Produktbezogene Maßnahmen werden außerdem in den Bereichen Verpackung, Recyclingmaterialien und Optimierung von Materialkreisläufen umgesetzt (mehr zum Thema Verpackung siehe Abschnitt Verpackung).

### Projekte und Maßnahmen zur Ressourcenschonung

In ihren eigenen Geschäftsprozessen setzt die REWE Group in Österreich Maßnahmen um, um Materialkreisläufe zu schließen und Ressourcen zu schonen. Interne Schwerpunkte liegen im Energiemanagement, in der Optimierung von Logistikprozessen, im Einsatz von umweltfreundlicherem Papier und im Abfallmanagement.

## Einsatz aromatenarmer Druckfarben verbessert das Recyclingpapier

In intensiver Zusammenarbeit mit Druckereien und Farbherstellern hat die REWE Group über die letzten Jahre das Ziel verfolgt, konventionelle mineralöhlhaltige Druckfarben durch aromatenarme Alternativen zu ersetzen. Mit Erfolg: Seit Januar 2016 wird in den Flugblättern der REWE Group in Österreich nur noch aromatenarme Druckfarbe verwendet. Damit erfüllt die REWE Group in Österreich die Anforderungen des Umweltzeichens Blauer Engel für Druckerzeugnisse (RAL 195), das seit 2017 die Verwendung schadstoffarmer Farben und Lacke vorschreibt. Diese von der REWE Group forcierte Umstellung hat zu nachhaltigen Veränderungen in der gesamten Branche geführt, da es die führenden Farbhersteller in Deutschland, Österreich und der Schweiz dazu veranlasst hat, vorzugsweise aromatenarme Farbe für Heatset-Druckverfahren auszuliefern.

Die Umstellung der Druckereien auf aromatenarme Druckfarbe ist ein wesentlicher Schritt für den Einsatz von Recyclingpapier für Lebensmittelverpackungen. Denn die Verwendung von konventionellen mineralöhlhaltigen Druckfarben führt aktuell noch dazu, dass Recyclingpapier nicht für Verpackungen von Lebensmitteln verwendet werden darf, da sonst die aromatischen Stoffe der mineralöhlhaltigen Farbe in die Lebensmittel übergehen können. Dieser Übergang wird als gesundheitlich bedenklich eingeschätzt. Die REWE Group setzt sich dafür ein, dass der Einsatz von aromatenfreier Farbe zum Standard in der Druckindustrie wird. Das wäre ein entscheidender Schritt zur Verwendung von Recyclingpapier für Lebensmittelverpackungen.

## Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen

### GRI 301-1

Für ein Handels- und Touristikunternehmen ist Papier eine wesentliche Ressource, welche vor allem im Bereich Produktwerbung eine große Rolle spielt. Der gesamte Papierverbrauch der REWE Group in Österreich konnte im Jahr 2020 auf 22.089 Tonnen, der spezifische Papierverbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche auf 15,1 kg/m<sup>2</sup> reduziert werden. Der überwiegende Anteil des Papierverbrauchs entfällt auf die Produktion von Flugblättern.



## Absoluter Papierverbrauch der REWE Group in Österreich Tonnen

2018	2019	2020
29.975	22.130	22.089

## Spezifischer Papierverbrauch der REWE Group in Österreich (kg/m<sup>2</sup>)

2018	2019	2020
21,2	15,4	15,1

## Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe

### GRI 301-2

Um den Verbrauch der als wesentlich definierten Ressource Papier langfristig umweltfreundlicher zu gestalten, setzt die REWE Group in Österreich auf die Förderung des Einsatzes von Recyclingpapier, das insbesondere für Flugblätter und andere Printmedien sowie in der Verwaltung verwendet wird.

### Mehr Recyclingpapier verringert die Auswirkungen des Papierverbrauchs

Als wesentlichen Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie hat das Unternehmen seit 2009 auf umweltfreundlicheres Papier umgestellt. Dazu gehören Recyclingpapier (mit oder ohne das Umweltzeichen Blauer Engel) sowie Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft, das vom Forest Stewardship Council® (FSC®) oder dem Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC™) zertifiziert wurde.

Der Anteil von umweltfreundlicherem Papier am Gesamtverbrauch beträgt bei der REWE Group in Österreich fast 100 Prozent, der Anteil von Recyclingpapier liegt 2020 bei über 97 Prozent. Bei den restlichen 3 Prozent wird fast ausschließlich Frischfaserpapier aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet, das durch FSC® oder PEFC™ zertifiziert wurde.



# Energie

## MANAGEMENTANSATZ

Ob in den Märkten, beim Transport oder in der Verwaltung – die REWE Group in Österreich verbraucht im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit Energie. Ein verantwortungsbewusster Einsatz und die Nutzung alternativer Energiequellen können dazu beitragen, die Umweltauswirkungen zu verringern.

Nachhaltigkeit ist als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt. Im Rahmen der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ wurden drei Handlungsfelder definiert: Energieeffizienz, klimarelevante Emissionen und Ressourcenschonung. Im Rahmen des Handlungsfelds Energieeffizienz arbeitet die REWE Group in Österreich kontinuierlich daran, ihren Energieverbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche zu reduzieren. Damit leistet sie einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz.

Die REWE Group in Österreich hat den für 2022 angestrebten Zielwert bereits im Jahr 2018 erreicht, Seitdem konnte dieser nochmals deutlich reduziert werden. Den wesentlichen Beitrag dazu leisteten der Einsatz von LED-Beleuchtung, die Maßnahmen für energieeffizientere Kühlung und neue energieeffizientere Märkte. Insgesamt zeigt sich an diesem Erfolg die Wirksamkeit der implementierten Energiemanagementsysteme. Die REWE Group in Österreich wird weiterhin daran arbeiten, ihre Energieeffizienz in einem ständigen Verbesserungsprozess zu steigern.

## Energie

### GRI 302

Die wesentlichen Energieverbräuche entstehen bei der Kälteerzeugung und der Beleuchtung in unseren Märkten. Außerdem fallen durch den Transport von Waren relevante Kraftstoffverbräuche an. Für den Stromverbrauch, der mit etwa 59 Prozent den größten Anteil am gesamten Energieverbrauch ausmacht, konnte folgende Entwicklung erzielt werden:

KPI	ZIEL	STATUS
Stromverbrauch je m <sup>2</sup> Verkaufsfläche (in kWh/m <sup>2</sup> ) in Österreich	Senkung um 9,35% zwischen 2012 und 2022	-16,77%



## Entwicklung des Stromverbrauchs in Österreich im Detail

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Stromverbrauch je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in kWh/m<sup>2</sup></b>	498,2	502,7	476,4	480,6	471,7	460,0	444,5	431,04	414,64

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Veränderungen gegenüber 2012</b>	0,89%	-4,39%	-3,54%	-5,32%	-7,67%	-10,78%	-13,48	-16,77

Geltungsbereich: Unternehmen der REWE Group in Österreich inklusive ADEG Kaufleute

Die Senkung des Energieverbrauchs pro Quadratmeter Verkaufsfläche ist ein wichtiger Beitrag zur Erreichung des Klimaziels der REWE Group in Österreich (siehe auch Abschnitt Klimaschutz). Die Grundlage für gezielte Effizienzmaßnahmen bildet ein konzernweites Energiemanagementsystem, das seit 2008 gemeinsam mit der Hamburger Energie-Handels-Gesellschaft (EHA) umgesetzt wird. Der Energiedienstleister – seit 2014 eine 100-prozentige Unternehmenstochter der REWE Group – hat die Märkte und Lager mit Messstellen ausgestattet und ermöglicht so eine zentrale und tagesaktuelle Erfassung des Energieverbrauchs. Ergänzend dazu werden die Temperatur- und Energiedaten mit der Monitoring-Plattform FRIGODATA überwacht.

2015 hat die REWE Group in Österreich begonnen, ein zentrales Energiemanagement nach der Norm ISO 50001 einzuführen, das seit April 2016 TÜV zertifiziert ist.

### Energieverbräuche optimieren

Mit dem Energiemanagementsystem verfügt die REWE Group in Österreich über ein effektives Steuerungsinstrument, um die Energieeffizienz kurz- und langfristig zu verbessern. Dadurch werden Einsparpotenziale identifiziert, die sich bei der Umsetzung von notwendigen Maßnahmen ökologisch und durch die Senkung von Betriebskosten auch wirtschaftlich positiv auswirken.

Voraussetzung für die weitere Optimierung der Energieverbräuche ist die detaillierte Erfassung der zentralen Energieziele, Definition von Unterzielen und das Monitoring. Nur so lassen sich Zusammenhänge zwischen den gemessenen Energieverbräuchen und umgesetzten Maßnahmen nachvollziehen und überwachen. Neben den zuständigen Verwaltungsmitarbeiter:innen und Energiemanager:innen spielen dabei auch die Mitarbeiter:innen in den Märkten, Produktionsbetrieben, zentralen Bürogebäuden und an den Lagerstandorten eine wichtige Rolle. Sie können durch ihr Verhalten am Arbeitsplatz einen wichtigen Beitrag zum Erfolg von Maßnahmen leisten und sind wichtige Hinweisgeber für Verbesserungsansätze.

### Energieverbrauch innerhalb der Organisation

#### GRI 302-1

Der Energieverbrauch der REWE Group in Österreich ist 2020 im Vergleich zu 2019 um etwa 1 Prozent auf 1.036 GWh gefallen. Der größte Anteil des gesamten Energieverbrauchs aus dem Jahr 2020 entfällt mit etwa 59 Prozent auf Strom, gefolgt von den Kraftstoffen für LKW (inkl. Fremdlogistik) und Gas.



## Absoluter Energieverbrauch der REWE Group in Österreich 2020 in kWh, aufgeteilt nach Bereichen

	KWH 2020	ANTEILE 2020
<b>Strom</b>	608.276.825	59 %
<b>Fuhrpark LKW (Diesel + CNG)</b>	173.853.672	16 %
<b>Raumwärme Gas</b>	145.889.102	14 %
<b>Fernwärme</b>	59.354.880	6 %
<b>Fuhrpark PKW</b>	27.898.968	3 %
<b>Raumwärme Öl</b>	20.623.610	2 %

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive ADEG Kaufleute

## Energieintensität

### GRI 302-3

Die Energieintensität umfasst den standortbezogenen Energieverbrauch aus den Energiearten Strom und Wärme. Dieser spezifische Energieverbrauch (Energieverbrauch je Quadratmeter Verkaufsfläche) der REWE Group in Österreich ist im Berichtszeitraum gesunken und lag 2020 bei 706 kWh/m<sup>2</sup>. Diese Entwicklung ist auf eine Steigerung der Quadratmeter-Verkaufsfläche und den Einsatz zahlreicher Stromeffizienzmaßnahmen wie den Einsatz von LED-Beleuchtungen zurückzuführen.

## Energieverbrauch der REWE Group in Österreich

	EINHEIT	2018	2019	2020
<b>Absoluter Energieverbrauch</b>	in GWh	1.058	1.049	1.036
<b>Energieverbrauch je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche</b>	in kWh/m <sup>2</sup>	748	729	706

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive ADEG Kaufleute



## Verringerung des Energieverbrauchs

### GRI 302-4

Um Energie gezielt einsparen und Emissionen reduzieren zu können, überprüft das Unternehmen gemeinsam mit der Hamburger Energie-Handels-Gesellschaft (EHA) den Strom und Gasverbrauch an den von ihr versorgten Standorten. Seit 2016 kommt dabei das neue Energiemanagementsystem ISO 50001 zum Einsatz. Auf Basis der erhobenen Daten prüfen die Energiemanager der REWE Group in Österreich Ist- und Soll-Verbräuche und geben Empfehlungen für Optimierungsmaßnahmen. Diese zielen im Wesentlichen auf die Optimierung der Beleuchtung und Kälte- bzw. Heizungs- und Lüftungsanlagen ab. Auch hinsichtlich des Wärmeverbrauchs wird an Verbesserungen gearbeitet.

### BELEUCHTUNG

Die Beleuchtung beeinflusst das Wohlbefinden der Kund:innen und die Präsentation der Produkte – ein angenehmes Licht trägt wesentlich zum Einkaufserlebnis bei. Gleichzeitig ist die Beleuchtung für rund 25 Prozent des Stromverbrauchs in den Lebensmittelmärkten verantwortlich. Um diesen Verbrauch zu reduzieren, arbeitet das Energiemanagement an effizienten Beleuchtungskonzepten, die den Lichtanforderungen der Vertriebslinien gerecht werden. LEDs spielen dabei eine große Rolle, denn sie sparen zwischen 30 und 45 Prozent des für die Beleuchtung erforderlichen Stroms ein.

### PROJEKT ZUR UMSTELLUNG AUF LED-BELEUCHTUNG

Die Vertriebslinien der REWE Group in Österreich haben bereits in den Jahren 2013 und 2014 mit der systematischen Umstellung auf LED-Beleuchtung in ihren Märkten begonnen. Hierfür wurde ein handelsfirmenübergreifendes Projekt initiiert, um bei der Neu- und Austauschbeschaffung grundsätzlich LEDs zu beschaffen. Dafür mussten auf den Einsatz im Handel abgestimmte Lichtkonzepte entwickelt werden, die zum Teil neue technische Lösungen erforderten. In den letzten Jahren haben sich die LED-Beleuchtungssysteme bezüglich Lichtfarbe und Lebensdauer deutlich weiterentwickelt, sodass dem flächendeckenden Einsatz nichts mehr im Wege steht. Die REWE Group in Österreich setzt bei allen Neu- und Umbauten neue LED-Lichtkonzepte in Märkten und an den Logistikstandorten ein. Der Einsatz von LED-Beleuchtung hat in den letzten Jahren einen erheblichen Beitrag geleistet, den Stromverbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche zu reduzieren.

### KÜHLUNG

Die Kühlung benötigt in den Lebensmittelmärkten den meisten Strom. Sie ist daher eine wichtige Stellschraube zur Reduzierung des Energieverbrauchs. Optimierte Kühlregale sparen 20 bis 40 Prozent des Kältestroms ein. Dabei sind Glastüren an den Kühlregalen eine wirkungsvolle und sichtbare Maßnahme zur Verringerung des Energiebedarfs. Zusätzlich testen MERKUR und PENNY aktuell Glastüren für Molkereikühlregale. Ein weiterer wichtiger Faktor ist die kontinuierliche Wartung und fachgerechte Steuerung der Kühlanlagen. Denn nur wenn die Kälteanlagen optimal betrieben werden, sind sie wirklich energieeffizient. Da das Frische- und Convenience-Angebot in den Märkten zunimmt und der Kühlbedarf damit steigt, werden energieeffiziente Kühlregale in Zukunft noch bedeutsamer werden.

### KÄLTEFORUM SORGT FÜR REGELMÄSSIGEN AUSTAUSCH

Für den Erfahrungsaustausch ladet die REWE Group in Österreich jährlich Vertreter von Kältefirmen und Systemlieferanten zur Kältepartnertagung ein. Dabei diskutieren die Teilnehmer über Themen wie Energieoptimierung oder die Betriebs- und Temperatursicherheit. Im Rahmen der Veranstaltung wird ein Energieeffizienzpreis für die Kältefirmen vergeben, die am ressourcenschonendsten arbeiten.

### MASSNAHMEN ZUR VERRINGERUNG DES STROMVERBRAUCHS

Die REWE Group in Österreich hat diverse Maßnahmen zur Einsparung von Strom ergriffen, die zu einer Verringerung der Treibhausgasemissionen führen. Unter anderem werden die Lager sukzessive auf LED Beleuchtung umgestellt und die Lichtsteuerung optimiert. In den Märkten wurden die Einschaltzeiten der Kühlung reduziert und neue energieeffiziente Kälteanlagen installiert. Die Kühlregale für Molkereiprodukte werden sukzessive mit Türen ausgestattet sowie die Anlagentechnik laufend erneuert.

### LOGISTIK UND WARENTRANSPORT

Die Logistik der REWE Group in Österreich sorgt vorrangig dafür, dass die Märkte stets bedarfsgerecht beliefert werden. Dahinter steht ein komplexes Transport- und Lagersystem, das Verfügbarkeit, Qualität und Frische der Produkte gewährleistet. Der Eigenfuhrpark umfasst über 533 LKW und eine konsequente Routenplanung und Auslastung der LKW ist Grundvoraussetzung für Treibstoffoptimierungen. Die transportbedingten Emissionen haben an den gesamten Treibhausgasemissionen der REWE Group in Österreich einen Anteil von etwa 18 Prozent. Um diese zu verringern, setzen wir an



folgenden Hebeln an: die strategische Verringerung der Entfernung zwischen Lager und Marktstandorten, eine hohe Auslastung der Fahrzeuge und die Reduzierung der Emissionen pro Kilometer durch differenzierte Logistikkonzepte sowie der Einsatz effizienter Technik und angepasstes Fahrverhalten.

## SCHULUNGEN FÜR KRAFTFAHRERINNEN

Für die sparsame Nutzung ihrer Fahrzeuge führt die REWE Group in Österreich Schulungen ihrer Kraftfahrer durch und setzt Maßnahmen auf Grundlage eines flächendeckenden Monitorings der Kraftstoffverbräuche um. Der Kraftstoffverbrauch stieg Corona-bedingt durch zusätzliche Fahrten in die Märkte und über Online-Bestellungen direkt zu den Kund:innen 2020 leicht an.

Um den CO<sub>2</sub>-Ausstoß des Fuhrparks weiter zu senken, wird die Fahrzeugflotte kontinuierlich erneuert. Der Anteil an Fahrzeugen gemäß der Euro-6-Emissionsnorm betrug Ende des Jahres 2020 über 50 Prozent (bezogen auf die Gesamtanzahl der eigenen LKW). Außerdem ist die Erprobung alternativer Antriebstechnologien auf Einsatzfähigkeit, Praktikabilität und Wirtschaftlichkeit innerhalb der Logistik der REWE Group in Österreich eine wesentliche Säule der Nachhaltigkeitsanstrengungen.

So sind aktuell drei E-Hybrid-LKW und sieben erdgasbetriebene LKW im Einsatz. Seit September 2018 ist auch ein voll-elektrischer LKW in Betrieb, der sein Potential vor allem im Stadtverkehr entfaltet. Durch die geringe Lärmentwicklung eignet er sich im E-Modus besonders für Belieferung während der Nachtstunden oder bei Verkehrsbeschränkungen in Folge von Überschreitung der Feinstaub-Belastung.

Durch den Einsatz des E-LKW können frische und gekühlte Ware an einen Teil der BILLA, MERKUR und PENNY Märkte geliefert werden. Die Nutzung erfolgt noch im Probetrieb und ist Teil eines gemeinsamen Projektes Council Nachhaltige Logistik (CNL), bei dem die der REWE Group in Österreich seit einigen Jahren aktives Mitglied ist. Ein flächendeckender Einsatz ist zurzeit wegen mangelnder Verfügbarkeit von Fahrzeugen und Ladestrukturen noch nicht möglich.

## MOBILITÄT

Eine weitere Maßnahme zur Senkung des Energieverbrauchs betrifft den Bereich der Mitarbeiter:innen und Kund:innen Mobilität. Daher wurde für Mitarbeiter:innen, denen ein bestimmter Typ von Dienstfahrzeugen zur Verfügung steht, ein Mobilitätsbudget zur Verfügung gestellt, das sie ihren individuellen Bedürfnissen anpassen können. So können sie ein kleineres Automodell, ein E-Auto oder auch öffentliche Verkehrsmittel nutzen, wobei ihnen die monatliche Differenz auf den Wert des konventionellen Dienstfahrzeugs gutgeschrieben wird. Für Nutzer:innen von E-Fahrzeugen entfällt nicht nur der zu versteuernde Sachbezug, sondern sie erhalten monatlich ein zusätzliches Budget für das externe Laden von Strom. Ende 2020 gab es 91 Dienstautos mit Elektroantrieb im Unternehmen. Für sie sowie Gäste stehen 80 reservierte Parkplätze mit Ladepunkten in der Zentrale in Wiener Neudorf und in den Lagern zur Verfügung.

Kund:innen der Handelsfirmen BILLA, MERKUR und PENNY können österreichweit bei 55 Filialen E-Tankstellen mit 147 Ladepunkten nutzen, die in Kooperation mit SMATRICES GmbH & Co KG betrieben werden. Bei den 29 Schnellladestationen können E-Fahrer:innen schon während eines 20-minütigen Einkaufs ihr Fahrzeug wieder bis zu 80 Prozent aufladen. 2020 konnten so E-Fahrzeuge mit 617.855 kWh Grünstrom nachhaltig angetrieben werden

## Summe geladener Grünstrom bei Kund:innen-Ladestationen in kWh

2018	2019	2020
943.720	801.251	758.681



## MANAGEMENTANSATZ

Sowohl an ihren eigenen Standorten als auch bei der Herstellung von Produkten in der Lieferkette benötigt die REWE Group in Österreich die natürliche Ressource Wasser. Da es sich bei Wasser um eine endliche Ressource handelt, muss eine nachhaltige und schonende Nutzung sichergestellt werden.

Nachhaltigkeit ist als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt. Im Rahmen der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ wurden darüber hinaus drei Handlungsfelder definiert: Energieeffizienz, Klimarelevante Emissionen und Ressourcenschonung. Die Aktivitäten mit Blick auf den Wasserverbrauch sind dem Handlungsfeld Ressourcenschonung zuzuordnen. Die der REWE Group in Österreich ist bestrebt, ihren Wasserverbrauch wo immer möglich zu reduzieren.

## Wasser

### GRI 303

Die REWE Group in Österreich nutzt Wasser in ihren Märkten, an ihren Produktions- und Lagerstätten sowie Verwaltungstandorten. Hier senken Wasserspareinrichtungen den ohnehin niedrigen Verbrauch an Frischwasser. Eine größere Rolle spielt die Wasserentnahme und -entsorgung bei der Herstellung von Produkten. Hier engagiert sich die REWE Group in Österreich in ihrer Lieferkette mit produktbezogenen Projekten (für weitere Informationen siehe auch Abschnitt Ökologische Aspekte in der Lieferkette).

## Wasserentnahme nach Quelle

### GRI 303-1

Die Wasserversorgung erfolgt – abgesehen von der Regenwassernutzung einiger „GreenBuildings“ – nahezu komplett durch die öffentliche Infrastruktur. Der Wasserverbrauch der REWE Group in Österreich nahm von 2019 (718.271 m<sup>3</sup>) auf 2020 (740.000 m<sup>3</sup>) um rund 3 Prozent zu.

## Wasserverbrauch der REWE Group in Österreich

	2018	2019	2020
<b>Absoluter Wasserverbrauch (m<sup>3</sup>)</b>	758.681	718.271	740.000
<b>Wasserverbrauch je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup>)</b>	0,54	0,54	0,50

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive ADEG Kaufleute (seit 2019 ohne ADEG Kaufleute)



# Klimaschutz

## MANAGEMENTANSATZ

Das Klima wird durch menschliche Aktivitäten massiv beeinflusst – der Klimawandel hat starke Auswirkungen auf Ökosysteme und damit auch auf das gesellschaftliche Leben. Die REWE Group in Österreich ist sich ihrer Verantwortung für das Klima bewusst: Ein erheblicher Teil der weltweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen entsteht bei der Herstellung und dem Konsum von Produkten sowie bei der Bereitstellung von Dienstleistungen. Nachhaltigkeit ist als fester Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt. Im Rahmen der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ wurden darüber hinaus drei Handlungsfelder definiert: Energieeffizienz, Klimarelevante Emissionen und Ressourcenschonung. Die Aktivitäten der REWE Group in Österreich mit Blick auf den Klimaschutz sind dem Handlungsfeld klimarelevante Emissionen zuzuordnen.

## Emissionen

### GRI 305

Die Einsparung von Energie und die Vermeidung klimaschädigender Emissionen haben eine hohe Bedeutung für die REWE Group in Österreich, welche vor dem Hintergrund steigender Energiepreise weiter zunimmt. Herausforderungen für die Zukunft liegen für die REWE Group in Österreich insbesondere in der Senkung des Energieverbrauchs bei gleichzeitig steigenden Anforderungen im Bereich Frische und Convenience, welche mehr Transporte und mehr Kühlung erfordern.

Es ist das erklärte Ziel der REWE Group in Österreich, einen messbaren Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz zu leisten beziehungsweise die Belastungen für Klima und Umwelt so gering wie möglich zu halten. Dies ist auch in der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group fest verankert.

**Bereits im Jahr 2009 hatte die REWE Group in Österreich gemeinsam mit der REWE Group das erste Klimaziel für sich definiert. Aufgrund positiver Entwicklung wurde das Ziel im Sommer 2013 vorzeitig erreicht und nochmals erhöht:**

- KPI: Treibhausgasemissionen (CO<sub>2</sub>-Äquivalente) für Deutschland und Österreich pro Quadratmeter Verkaufsfläche
- Ziel: Bis 2022 gegenüber 2006 halbieren
- Status: -53,6%

Die absoluten Treibhausgasemissionen für Österreich sanken von 344.000 Tonnen im Basisjahr 2006 auf 302.617 Tonnen im Jahr 2020. Dies entspricht einem Rückgang von rund 12,4 Prozent. Die spezifischen Treibhausgasemissionen (Einheit: CO<sub>2</sub>-Äquivalente pro Quadratmeter Verkaufsfläche) sind in diesem Zeitraum um 42,6 Prozent gesunken. Bis 2030 sollen die absoluten Treibhausgasemissionen um weitere 30 Prozent gegenüber dem neuen Basisjahr 2019 reduziert werden.

Neben dem übergeordneten Klimaziel hat die REWE Group in Österreich weitere KPIs mit entsprechenden Zielen definiert. Diese setzen bei den Aktivitäten im Bereich „Energie, Klima und Umwelt“ an, die für wesentliche Verbräuche stehen und bei denen durch eigene Maßnahmen eine direkte Wirkung erzielt werden kann: Energieeffizienz (Kühlung und Beleuchtung, siehe auch Abschnitt Energie) und kältemittelbedingte Treibhausgasemissionen. Die Ziele sind für alle Vertriebslinien und Holding-Bereiche in verpflichtende Vorgaben konkretisiert und verankert. Die zur Zielerreichung notwendigen Investitionen in neue Technik und Verfahren werden durch die Vertriebslinien und Holding-Bereiche verabschiedet.

## Klimabilanz als Monitoringinstrument

Um die Fortschritte zur Erreichung des Klimaziels zu dokumentieren und ein Monitoring der ergriffenen Reduktionsmaßnahmen zu ermöglichen, lässt die REWE Group in Österreich seit 2009 jährlich eine Klimabilanz von unabhängigen Expert:innen erstellen. Die Ergebnisse der Klimabilanz zeigen neben den erzielten Einsparungen auch die grundsätzlichen Hebel, über die das Unternehmen verfügt. Größte Verursacher sind demnach der Verbrauch von Strom und Wärme sowie die in den Kühlanlagen eingesetzten Kältemittel (für Informationen zu den energiebezogenen Maßnahmen siehe auch Abschnitt Energie).



## Nutzung alternativer Energien fördern

Bereits Anfang 2008 erfolgte die Umstellung des Stromerkaufs für Märkte, Lager und Zentralbauten auf zertifizierten Grünstrom. Dieser wird über die Hamburger Energie-Handels-Gesellschaft (EHA), eine 100-prozentige Unternehmenstochter der REWE Group, bezogen. 2019 stammte der Grünstrom zu 53 Prozent aus Windkraft, zu 22 Prozent aus Wasserkraft, zu 11 Prozent aus Biomasse, zu 7 Prozent aus Photovoltaik, zu 6 Prozent aus Biogas und zu 1 Prozent aus sonstiger Ökoenergie.

Darüber hinaus setzt die REWE Group in Österreich Photovoltaik und andere regenerative Erzeugungsarten zur Energieerzeugung ein. Photovoltaik-Anlagen kommen bei Verwaltungsstandorten, Lagern und bei geeigneten Standorten auch auf Märkten (insbesondere Green Building-Märkten) zum Einsatz. Ende 2020 betrieb die REWE Group in Österreich an insgesamt 78 Standorten Photovoltaik-Anlagen mit einer potenziellen Anlagenleistung von 4.866 kWp.

## Kältemittelbedingte Treibhausgasemissionen reduzieren

Die Treibhausgasemissionen von Kühlanlagen hängen vor allem von den verwendeten Kältemitteln ab. Um die Emissionen zu reduzieren, hat das Unternehmen früh beschlossen, klimaschonendere Kältemittel einzusetzen. Zur Verringerung der kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen hat die REWE Group in Österreich folgenden KPI mit dazugehörigem Ziel definiert:

**Zur Verringerung der kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen hat die REWE Group in Österreich folgenden KPI mit dazugehörigem Ziel definiert:**

- KPI: Kältemittelbedingte Treibhausgasemissionen je Quadratmeter Verkaufsfläche (in kg CO<sub>2</sub>-Äquivalente/m<sup>2</sup>) in Deutschland und Österreich
- Ziel: Reduzierung um 35% zwischen 2012 und 2022
- Status: -62,3%

Durch die erzielte Reduktion hat die REWE Group in Österreich den für 2022 angestrebten Zielwert bereits im Jahr 2018 erreicht. Dabei hat der Einsatz klimaschonenderer Kältemittel wesentlich zur Zielerreichung beigetragen. Dies sind zunehmend auch natürliche Kältemittel wie CO<sub>2</sub> oder Propan mit einem geringeren Treibhausgaspotenzial.

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie werden in den MERKUR Märkten Verbundanlagen der Gewerbekälte in Neubauten und den meisten Umbauten mit dem natürlichen Kältemittel

CO<sub>2</sub> ausgestattet. Steckerfertige Kühlmöbel, die künftig bei allen Neu- und Umbauten in den Märkten zum Einsatz kommen, werden mit dem natürlichen Kältemittel Propan (R290) betrieben. Für den Einsatz natürlicher Kältemittel in den Heizungs- und Klimaanlage gibt es aktuell noch keine Lösungen, die unter Berücksichtigung der energetischen und ökonomischen Aspekte zum Einsatz kommen. Im Laufe der nächsten ein bis zwei Jahre soll eine Lösung erarbeitet werden.

## Elektromobilität vorantreiben

Elektromobilität ist ein Zukunftsthema. Obwohl die Sicherstellung der Stromversorgung von E-Mobilen keine originäre Angelegenheit der Lebensmittelbranche ist, leistet die REWE Group in Österreich einen entscheidenden Beitrag zum Ausbau der Ladeinfrastruktur. Österreichweit stehen den Kund:innen in Kooperation mit SMATRICES GmbH & Co KG bei 55 Filialen E-Tankstellen mit 147 Ladepunkten zur Verfügung – davon 29 Schnellladestationen. Zusätzlich gibt es 80 reservierte Parkplätze mit Ladepunkten in der Zentrale in Wiener Neudorf und in den Lagern.

## Treibhausgasemissionen Scope 1-3 (Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente)

GRI 305-1, 305-2, 305-3

	TONNEN CO <sub>2</sub> - EQU. 2020	ANTEILE
Strom	105.517	35%
Fuhrpark Logistik	55.802	18%
Kältemittel	51.693	17%
Raumwärme Gas	39.457	13%
Papier	21.367	7%
Fernwärme	11.962	4%
Fuhrpark PKW	8.903	3%
Raumwärme Heizöl	6.971	2%
Flüge	946	1%

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive ADEG Kaufleute



## Intensität der Treibhausgasemissionen

### GRI 305-4

Sowohl die absoluten als auch die spezifischen Treibhausgasemissionen (je Quadratmeter Verkaufsfläche) der REWE Group in Österreich sind über den Berichtszeitraum gesunken. Die spezifischen Treibhausgasemissionen lagen 2020 bei 206 Kilogramm CO<sub>2</sub>-Äquivalenten je Quadratmeter und konnten im Vergleich zum Basisjahr 2006 um rund 43% reduziert werden.

Die Berechnung der Emissionsintensität umfasst direkte, indirekte energiebezogene und weitere indirekte Emissionen (Scope 1, 2 und 3).

### Treibhausgasemissionen der REWE Group in Österreich

	EINHEIT	2006	2017	2018	2019	2020
<b>Absolute Treibhausgasemissionen</b>	t CO <sub>2</sub> -Äquivalente	344.345	330.088	322.349	<b>306.450</b>	<b>302.617</b>
<b>Spezifische Treibhausgasemissionen je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche</b>	kg CO <sub>2</sub> -Äquivalente/m <sup>2</sup>	359	238	228	<b>213</b>	<b>206</b>

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive ADEG Kaufleute



## Senkung der Treibhausgasemissionen

### GRI 305-5

Die REWE Group in Österreich hat diverse Maßnahmen zur Einsparung von Strom ergriffen, die zu einer Verringerung der Treibhausgasemissionen führen. Unter anderem werden die Läger sukzessive auf LED Beleuchtung umgestellt und die Lichtsteuerung optimiert. In den Märkten wurden die Einschaltzeiten der Kühlung reduziert und neue energieeffiziente Kälteanlagen installiert. Die Kühlregale für Molkereiprodukte werden sukzessive mit Türen ausgestattet sowie die Anlagentechnik laufend erneuert.

## Emissionen Ozon abbauender Substanzen (ODS)

### GRI 305-6

Die REWE Group in Österreich hat in den vergangenen Jahren den Einsatz Ozon abbauender Kältemittel konsequent reduziert – seit 2006 um rund 99 Prozent. Dies ist vor allem auf die gesetzlich vorgeschriebene Umstellung des Kältemittels R22 auf nicht Ozon abbauende Kältemittel zurückzuführen. 2020 lag der Wert der Emissionen aus Ozon abbauenden Stoffen aus nachgefüllten Kältemitteln bei drei Kilogramm FCKW-11-Äquivalenten.

## Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen nach Gewicht (kg)

	EINHEIT	2018	2019	2020
Emissionen Ozon abbauender Stoffe aus nachgefüllten Kältemitteln gesamt	kg FCKW-11-Äquivalente	10	10	3

## Stickstoffoxide (NOx), Schwefeloxide (SOx) und andere signifikante Luftemissionen

### GRI 305-7

Die Luftschadstoffe, die auf die Geschäftstätigkeit der REWE Group in Österreich zurückzuführen sind, entstehen vorrangig in den vorgelagerten Verbrennungs- und Produktionsprozessen zur Herstellung von Strom, Wärme und Papier. Darüber hinaus sind es die Emissionen aus Kältemitteln, der Logistik und Dienstreisen, die sich auf die Luftemissionen auswirken. Um die Emissionen des Fuhrparks weiter zu senken, erneuert die REWE Group in Österreich ihre Fahrzeugflotte kontinuierlich.

Außerdem ist die Erprobung von alternativen Antriebstechnologien auf Einsatzfähigkeit, Praktikabilität und Wirtschaftlichkeit innerhalb der unserer Logistik eine wesentliche Säule der Nachhaltigkeitsanstrengungen. Die REWE Group in Österreich arbeitet mit alternativen Antriebsmöglichkeiten und hat bereits sieben mit Erdgas betriebene Lkw sowie 3 Elektro-

Hybride im Einsatz. Im September 2018 wurde darüber hinaus ein vollelektrisch betriebener Lkw in Betrieb genommen, der die Handelsfirmen im Stadtgebiet Wien beliefert. Allerdings ist das Angebot entsprechender Fahrzeuge, insbesondere im Bereich der 40-Tonner, auf dem Markt kaum oder gar nicht verfügbar. Selbst für einzelne Testfahrzeuge ist die Verfügbarkeit von Fahrzeugen und der entsprechenden Tank- und Ladeinfrastruktur noch stark begrenzt.



## Luftschadstoffemissionen inklusive Vorketten (t)

	2018	2019	2020
<b>NOx</b>	480	446	426
<b>SOx</b>	185	159	167
<b>Feinstaub (Partikel &lt;10 µm)</b>	39	34	52
<b>Non Methane Volatile Organic Compounds</b>	66	65	160

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive ADEG Kaufleute



## MANAGEMENTANSATZ

Im Rahmen der Geschäftstätigkeit der REWE Group in Österreich fallen verschiedene Arten an Abfällen an. Die Reduktion sowie die richtige Verwertung von Abfällen ist ein wichtiges Anliegen, um wertvolle Ressourcen zu schonen.

Nachhaltigkeit ist als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt. Im Rahmen der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ wurden darüber hinaus drei Handlungsfelder definiert: Energieeffizienz, Klimarelevante Emissionen und Ressourcenschonung. Die Aktivitäten mit Blick auf das Abfallmanagement sind dem Handlungsfeld Ressourcenschonung zuzuordnen. Die REWE Group in Österreich verfolgt das Ziel, Abfälle werkstofflich zu verwerten, um Ressourcen einzusparen.

## Abwasser und Abfall

### GRI 306

Beim Umgang mit Abfällen und Wertstoffen verfolgt die REWE Group in Österreich gemeinsam mit ihren Entsorgungspartnern konsequent den Anspruch des Recyclings. Insbesondere die Wertstoffe, die in der Logistik anfallen, werden möglichst sortenrein erfasst und können so optimal der werkstofflichen Verwertung zugeführt werden.

Das zeigt sich vor allem bei den nicht gefährlichen Abfällen, die nicht nur insgesamt zu einem hohen Anteil verwertet werden, sondern im Wesentlichen sogar werkstofflich. Seit 2008 liegt diese Quote konstant bei über 90 Prozent. Fast vollständig werkstofflich verwertet wird die Fraktion Papier, Pappe und Kartonagen (PPK), die mit fast 50 Prozent den größten Anteil des gesamten Abfallaufkommens ausmacht. PPK ist ein wichtiger Rohstoff für die Papierindustrie, da aus den recycelten Fasern wieder Papier und Pappe hergestellt werden können. Aber auch bei Kunststoffen, Metallen, Glas und Abfällen aus den Märkten wird der größte Teil stofflich verwertet. Die in den Lebensmittelmärkten anfallenden organischen Abfälle werden geeigneten Kompostier- oder Biogasanlagen zugeführt.

## Vermeidung von Lebensmittelverschwendung

Bei Lebensmitteln ist die REWE Group in Österreich bestrebt, die Verlustquoten auf ein Minimum zu reduzieren. Moderne Prognosesysteme und automatisierte Bestellverfahren in Verbindung mit kurzen Transportwegen und einer lückenlosen Kühlung tragen zu einer bedarfsgerechten Versorgung der Märkte bei, sodass der Anteil an nicht verkaufter Ware gering gehalten wird. Eine wichtige Rolle für die richtige Einschätzung des Bedarfs spielt dabei auch die kaufmännische Erfahrung der Mitarbeiter:innen, für die regelmäßige Schulungen zum Thema angeboten werden. Für Informationen zum Engagement zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung siehe Abschnitt Projekte und Förderungen.

## Abfall nach Art und Entsorgungsmethode

### GRI 306-2

2020 betrug die Menge nicht gefährlicher Abfälle innerhalb der REWE Group in Österreich 108.090 Tonnen (Vorjahr: 108.436 Tonnen). Die gefährlichen Abfälle, hierzu gehören vor allem bestimmte Elektroaltgeräte, Öle, Batterien sowie Leuchtstoffröhren, machten 2020 mit 404 Tonnen (Vorjahr: 454 Tonnen) nur einen sehr geringen Teil des gesamten Abfalls aus. Im Vergleich zu den nicht gefährlichen Abfällen liegt die Menge der gefährlichen Abfälle unter einem halben Prozent.



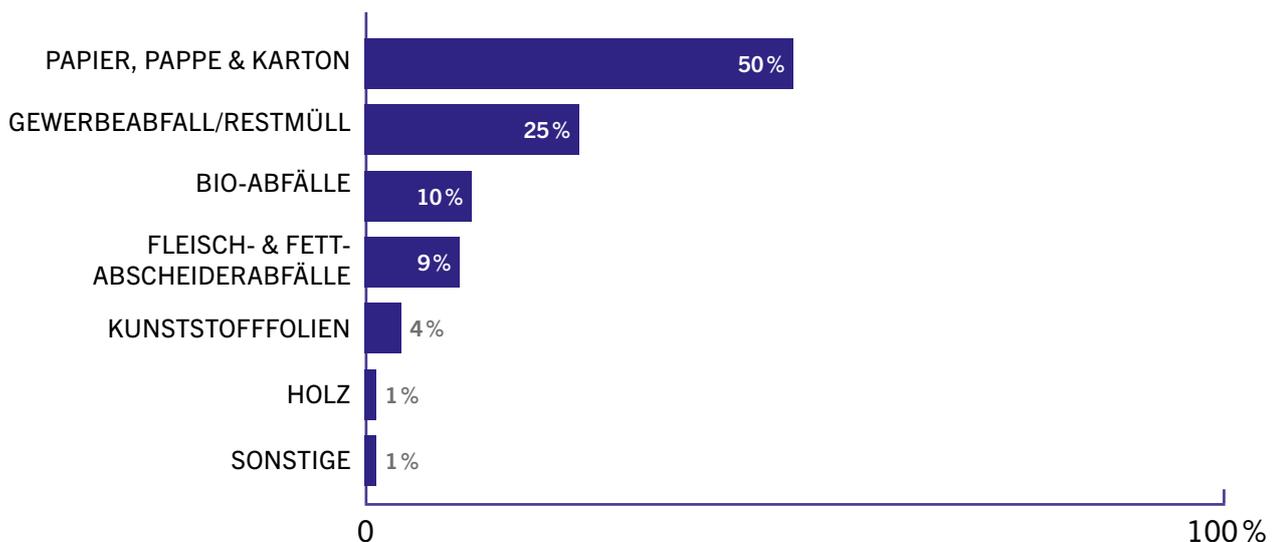
## Nicht gefährliche Abfälle – Absolutes Aufkommen (t)

	2018	2019	2020
<b>Absolutes Aufkommen (t)</b>	107.613	108.436	108.090

## Nicht gefährliche Abfälle – Spezifisches Abfallaufkommen je Quadratmeter Verkaufsfläche (kg/m<sup>2</sup>)

	2018	2019	2020
<b>Spezifisches Abfallaufkommen (kg/m<sup>2</sup>)</b>	83	82	74

## Nicht gefährliche Abfälle – Prozentuales Aufkommen nach Abfallart 2020



## Gefährliche Abfälle – Absolutes Aufkommen (t)

	2018	2019	2020
<b>Gefährliche Abfälle – Absolutes Aufkommen (t)</b>	371	454	404

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive ADEG Kaufleute

# Mitarbeiter:innen





# Mitarbeiter:innen

## STRATEGISCHER ANSATZ

Die REWE Group in Österreich mit ihren Handelsfirmen BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG steht vor vielfältigen personalpolitischen Herausforderungen. Bedingt durch die demografische Entwicklung steigt der Anteil der älteren Mitarbeiter:innen stetig und es ist ein zunehmender Mangel an Lehrlingen und Fachkräften zu verzeichnen. Zudem wird sich die Arbeitswelt im Prozess der Globalisierung und Digitalisierung – unter anderem einhergehend mit dem technologischen Wandel, einem kulturellen Wertewandel und einer zunehmenden Individualisierung – stark verändern. Das Arbeiten wird in Zukunft digitaler, vernetzter und flexibler sein. Der Strukturwandel führt dazu, dass sich ein Großteil der Arbeitsplätze künftig von den heutigen Berufen unterscheiden wird.

Um Nachhaltigkeit als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse zu integrieren, hat die REWE Group in Österreich eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ entwickelt.

Im Rahmen der Säule „Mitarbeiter:innen“ arbeitet die REWE Group in Österreich systematisch daran, sich zukunftsfähig aufzustellen, Talente zu gewinnen und diese langfristig an das Unternehmen zu binden. Dafür setzt das Unternehmen auf ein strategisches Personalmanagement – mit mitarbeiterorientierten Arbeitskonzepten, sicheren Arbeitsbedingungen, maßgeschneiderten Weiterbildungsangeboten und der Wertschätzung gegenüber jedem Einzelnen.

Engagierte und qualifizierte Mitarbeiter:innen tragen entscheidend zum Erfolg des Unternehmens bei. Die Förderung der Zufriedenheit, Leistungsfähigkeit und Produktivität spielt bei der REWE Group in Österreich eine herausragende Rolle. Um dies angesichts der Größe und Vielfalt des Unternehmens zu gewährleisten, ist ein starker Zusammenhalt aller Mitarbeiter:innen wesentlich. Zusätzlich spielen diverse Faktoren eine Rolle – dazu gehören unter anderem eine faire Entlohnung, erweiterte betriebliche Leistungen über den Tariflohn hinaus, flexible Arbeitszeitmodelle, die sich an die jeweiligen Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen anpassen, und individuelle Angebote, die die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben erleichtern. Es soll eine Unternehmenskultur gepflegt

werden, die geprägt ist von einem vertrauens- und respektvollen Umgang zwischen Mitarbeiter:innen, Kund:innen und GeschäftspartnerInnen. Die REWE Group in Österreich ist bestrebt, eine vielfältige Mitarbeiter:innen-Struktur zu schaffen und Mitarbeiter:innen unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion, Herkunft, sexueller Identität oder Behinderung diskriminierungsfreie Arbeitsplätze zu gewährleisten, die allen Mitarbeiter:innen gleiche Chancen bieten.

## HANDLUNGSFELDER

Für die Säule „Mitarbeiter:innen“ wurden folgende Handlungsfelder identifiziert: Werte und Kultur, Ausbildung und Entwicklung, Gesundheit und Sicherheit, Beruf und Lebensphasen sowie Vielfalt und Chancengleichheit.

## KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPIs)

Um ihre Fortschritte in der Säule „Mitarbeiter:innen“ messbar zu machen, hat die REWE Group in Österreich folgende KPIs definiert:

### Ausbildungsquote (exklusive ADEG)

	2018	2019	2020
<b>Ausbildungsquote in Prozent (Anteil Lehrlinge an Gesamtbelegschaft in Vollzeitäquivalente)</b>	4,7	5,3	5,2

### Interne Besetzung von Führungspositionen (exklusive ADEG)

	2018	2019	2020
<b>Interne Besetzung von Führungspositionen in Prozent</b>	82,9	81,9	80,4



# Mitarbeiter:innen

Anteil der Führungspositionen, die mit Frauen besetzt sind (exklusive ADEG)

	2018	2019	2020
Anteil der Führungspositionen, die mit Frauen besetzt sind in Prozent	64,1	65,2	65,4

Unfälle (exklusive ADEG)

	2018	2019	2020
Unfälle pro 1.000 Vollzeitäquivalente	21,7	33,1	30,5

Behindertenquote (exklusive ADEG)

	2018	2019	2020
Behindertenquote nach Köpfen in Prozent	1,3	1,6	1,7

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Die REWE Group in Österreich hat im Berichtszeitraum ihre Nachhaltigkeitsstrategie mit den Sustainable Development Goals (SDGs) abgeglichen und die für sie relevanten SDGs identifiziert und priorisiert (siehe Abschnitt Nachhaltigkeitsstrategie). Eines der höchstbewerteten SDGs fällt in den Verantwortungsbereich der Säule „Mitarbeiter:innen“: Gute Arbeitsplätze und wirtschaftliches Wachstum (SDG 8).

## REPORTING

Im GRI-Bericht sind alle Ansätze, Daten und Themen der Säule „Mitarbeiter:innen“ zu finden:

- Beschäftigung
- Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis
- Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement
- Aus- und Weiterbildung
- Vielfalt und Chancengleichheit
- Gleichbehandlung



# Beschäftigung

## MANAGEMENTANSATZ

### GRI 401

Der demografische Wandel sowie Entwicklungen der Digitalisierung und Globalisierung verändern die Arbeitswelt und stellen Unternehmen vor neue Herausforderungen. Engagierte und zufriedene Mitarbeiter:innen sind die Grundlage für einen langfristigen wirtschaftlichen Erfolg – sie zu fördern und an das Unternehmen zu binden, ist heute wichtiger denn je.

Um Nachhaltigkeit als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse zu integrieren, hat die REWE Group in Österreich eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ entwickelt.

Im Rahmen der Säule „Mitarbeiter:innen“ wurden darüber hinaus fünf Handlungsfelder definiert: Werte und Kultur, Ausbildung und Entwicklung, Gesundheit und Sicherheit, Beruf und Lebensphasen sowie Vielfalt und Chancengleichheit. Die REWE Group in Österreich schafft ein attraktives und faires Arbeitsumfeld für ihre Mitarbeiter:innen. Dazu gehören unter anderem eine faire Entlohnung, zusätzliche betriebliche Leistungen über den Kollektivvertrag hinaus, flexible Arbeitszeitmodelle, die sich an die jeweiligen Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen anpassen, und individuelle Angebote, die die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben erleichtern.

### Zertifizierung durch das Audit berufundfamilie

Seit mittlerweile fünf Jahren lässt sich die REWE Group in Österreich und deren Handelsfirmen gemäß dem Audit „Beruf und Familie“ in regelmäßigen Abständen zertifizieren. Viele Maßnahmen sind bereits verankert und wichtige Bestandteile in der Förderung von Arbeit- und Familienleben. Sei dies die regelmäßigen Einladungen zu informellem Austausch zwischen karezierten Mitarbeiter:innen und Verantwortlichen aus der Personalabteilung bzw. mit den direkten Vorgesetzten oder die Unterstützung bei der Ferienbetreuung.

### Folgende Firmen stellen sich den regelmäßigen Zertifizierungsprozess:

- REWE International Dienstleistung GmbH (seit 2013)
- BILLA (seit 2015)
- MERKUR (seit 2016)
- BIPA (seit 2016)
- PENNY (seit 2018)
- AGM (seit 2020)

### Darüber hinaus wurden der REWE Group in Österreich 2020 vielzählige Auszeichnungen verliehen:

- Betriebliches Gesundheitsförderung-Gütesiegel 2020–2022 (REWE International Dienstleistung GmbH);
- Web Accessibility Certificate Austria für folgende Homepages: rewe-group.jobs, cleverleben.at, simplygood.at und adeg.at;
- Austrian Leadings Company - Sonderpreis für Integration von Menschen mit Behinderungen (BILLA),
- Kurier Gütesiegel "Beliebter Arbeitgeber" (MERKUR),
- equalitA - das Gütesiegel für innerbetriebliche Frauenförderung (BIPA)

### Mitarbeiter:innen-Zufriedenheit

Einen wesentlichen Bestandteil des wertschätzenden Personalmanagements der REWE Group in Österreich stellen regelmäßige Mitarbeiter:innen-Befragungen dar. Diese werden alle 3 Jahre durchgeführt, bilden die Stimmung im Unternehmen ab und zeigen Handlungsbedarfe auf. Im Berichtszeitraum 2020 wurde in den Vertriebslinien BIPA und PENNY und den Zentralbereichen eine Befragung mit neu überarbeitendem Konzept durchgeführt. Rund 9.000 Mitarbeitende nahmen daran teil, was einer Rücklaufquote von 77 Prozent entspricht. Die Ergebnisse spiegeln eine gesteigerte Gesamtzufriedenheit wider (von 2,2 auf 2,0) und auch eine hohe Zufriedenheit mit der Arbeitsplatz-Ausstattung, Zusammenarbeit mit der Kollegenschaft und die laufende Information zu COVID-19 bedingten Veränderungen (jeweils 1,8). Aufholbedarf konnte bei Karriereöglichkeiten, Wertschätzung während der COVID-19 Krise (jeweils 2,5) und bei Bezahlung (2,7) verortet werden. Aufbauend auf den Ergebnissen wurden Maßnahmen zu Verbesserungen ausgearbeitet. Die Mitarbeiter:innen-Befragung für BILLA und AGM wird im Frühjahr 2021 durchgeführt.



## Maßnahmen und Projekte für ein gutes Beschäftigungsverhältnis

Die REWE Group in Österreich setzt Maßnahmen und Projekte um, die den Einklang von Beruf und Privatleben erleichtern und ein attraktives Arbeitsumfeld fördern. Beispielsweise wird durch Homeoffice-Möglichkeiten und flexible Arbeitszeitmodelle eine individuellere und flexiblere Gestaltung ihres Arbeitstags ermöglicht.

## Kinderbetreuung

Gerade die Sommer- als auch die Osterferien stellen Familien vor einer großen organisatorischen Herausforderung. Die REWE Group in Österreich bietet daher seit Jahren Ferien-camps zu Sport oder Fremdsprachen zu vergünstigten Preisen für die Kinder der Mitarbeiter:innen an. 2020 nahmen 300 Kinder aller Handels- als auch Zentralfirmen daran teil. Zudem wurden Tagescamps angeboten, die eine tageweise Betreuung ermöglichen und somit noch flexibler auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen eingehen. 25 Kinder von Mitarbeitenden nahmen dieses Angebot in Anspruch.

In der Zentrale in Wiener Neudorf konnte COVID-19 bedingt im Berichtszeitraum keine „Fenstertagsbetreuung“ angeboten werden.

Die REWE Group in Österreich bietet darüber hinaus vergünstigte Nachhilfestunden für Kinder von Mitarbeiter:innen an. So soll eine erschwingliche Förderung ermöglicht und Zeugnisorgen verringert werden. Die ersten zwei Nachhilfe-Einheiten sind für die Eltern kostenlos. Bei Vertragsabschluss mit der Schülerhilfe wird ein Nachlass von 10 Prozent gewährt.

## Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation

### GRI 401-1

Die Fluktuationsrate der Mitarbeiter:innen ist seit Jahren relativ stabil und lag 2020 bei 23,7 Prozent (2019: 25,6 Prozent). Die Personaleintrittsrate bei der REWE Group in Österreich sank von 26,2 Prozent (2019) auf 22,8 Prozent im Jahr 2020.

### Eintritte bei der REWE Group in Österreich (exklusive ADEG)

	BIS 30 JAHRE	BIS 50 JAHRE	ÜBER 50 JAHRE	♀	♂
2018	6.703	4.059	634	7.895	3.501
2019	6.780	4.258	696	8.032	3.702
2020	6.450	3.630	560	7.045	3.595

### Austritte bei der REWE Group in Österreich (exklusive ADEG)

	BIS 30 JAHRE	BIS 50 JAHRE	ÜBER 50 JAHRE	♀	♂
2018	5.265	4.017	1.214	7.258	3.239
2019	5.481	4.224	1.247	7.657	3.295
2020	5.031	3.853	1.381	7.047	3.218



## Fluktuation bei der REWE Group in Österreich in Prozent (exklusive ADEG)

2018	2019	2020
25,1	25,6	23,7

## Firmenzugehörigkeit bei der REWE Group in Österreich in Jahren (exklusive ADEG)

2018	2019	2020
7,9	8,0	8,1

## Karenz

### GRI 401-3

Werdende Eltern erhalten vor und während ihrer Karenz Unterstützung – beispielsweise durch Informationsveranstaltungen zum Thema Elternzeit und Wiedereinstieg. BILLA Mitarbeiter:innen erhalten neben Informationsmaterial zu Schwangerschaft, Karenz und Rückkehr in den Beruf zur Geburt eine „BILLA Babybox“ mit Informationen und Produkten. In der Karenz findet die sogenannte „Karenzjause“ statt, ein informelles Treffen von Eltern in Karenz mit ihren Kindern.

### Rückkehr aus der Karenz

Die REWE Group in Österreich setzt sich verstärkt für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ein und gestaltet ihren Mitarbeiter:innen die Rückkehr in den Beruf so einfach wie möglich. 2020 nahmen 3.077 Mitarbeiter:innen Karenz in Anspruch, davon waren 57 Mitarbeiter:innen männlich und 3.020 weiblich. Im Berichtszeitraum sind 768 Mitarbeiter:innen wieder an den Arbeitsplatz zurückgekehrt. 89 Prozent der Mitarbeiter:innen, die 2019 aus der Karenz zurückgekehrt sind, waren zum 31. Dezember 2020 noch beim Unternehmen beschäftigt.

Seit 2017 gibt es den Familienzeitbonus. Väter haben die Möglichkeit ein Monat innerhalb der ersten 3 Monate nach Geburt des Kindes diese Zeit in Anspruch zu nehmen. 2020 haben 16 Väter diese erste intensive Zeit mit ihrer Familie verbracht.

## Anzahl der Beschäftigten, die Karenz in Anspruch genommen haben (exklusive ADEG)

	2018	2019	2020
Weiblich	3.129	3.125	3.020
Männlich	60	67	57
Gesamt	3.189	3.192	3.077

## Anzahl der Beschäftigten, die nach Ende der Karenz wieder an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind (exklusive ADEG)

	2018	2019	2020
Weiblich	758	795	740
Männlich	31	33	28
Gesamt	789	828	768



Anzahl der Beschäftigten, die zwölf Monate nach ihrer Rückkehr aus der Karenz (Ende der Karenz) noch im Unternehmen beschäftigt sind im Jahr 2020 (exklusive ADEG)

Definition: von denjenigen, die in 2019 aus der Elternzeit zurückgekehrt sind, sind 12 Monate nach der Rückkehr aus der Elternzeit (Stichtag: am 31.12.2020) noch im Unternehmen beschäftigt.

♀	<b>WEIBLICH</b>	Austritt innerhalb 12 Monate	87	11*
		nach 12 Monaten noch im Unternehmen beschäftigt (Stichtag 31.12.2020)	708	89*
♀	<b>WEIBLICH GESAMT</b>		<b>795</b>	
♂	<b>MÄNNLICH</b>	Austritt innerhalb 12 Monate	13	39*
		nach 12 Monaten noch im Unternehmen beschäftigt (Stichtag 31.12.2020)	20	61*
♂	<b>MÄNNLICH GESAMT</b>		<b>33</b>	
♀♂	<b>GESAMT</b>	Austritt innerhalb 12 Monate	100	12*
		nach 12 Monaten noch im Unternehmen beschäftigt (Stichtag 31.12.2020)	728	88*
♀♂	<b>GESAMT</b>		<b>828</b>	

\*In Prozent aller Männer und Frauen, die 2019 aus der Karenz zurückgekehrt sind.

# Arbeitnehmer- Arbeitgeber-Verhältnis



## MANAGEMENTANSATZ

Die Einbindung von Mitarbeiter:innen in Entscheidungsprozesse ist innerhalb von Unternehmen ein wichtiger Faktor – sie kann eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer:innen fördern und auf diese Weise eine stärkere Identifikation der Mitarbeiter:innen mit dem Unternehmen bewirken.

Um Nachhaltigkeit als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse zu integrieren, hat die REWE Group in Österreich eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ entwickelt. Im Rahmen der Säule „Mitarbeiter:innen“ wurden darüber hinaus fünf Handlungsfelder definiert: Werte und Kultur, Ausbildung und Entwicklung, Gesundheit und Sicherheit, Beruf und Lebensphasen sowie Vielfalt und Chancengleichheit.

## Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis

### GRI 402

Die Mitbestimmung der Mitarbeiter:innen hat bei der REWE Group in Österreich einen hohen Stellenwert. In der vertrauensvollen Zusammenarbeit mit den Interessenvertretungen der Arbeitnehmer:innen werden gemeinsam gesetzliche, tarifliche und betriebliche Regelungen umgesetzt. Nahezu alle Mitarbeiter:innen in den Filialen, in der Logistik und in der Verwaltung werden durch Betriebsrät:innen vertreten.

Darüber hinaus gilt die konzernweite Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften als Handlungsgrundlage. Diese basiert auf der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labour Organization, ILO). In der Richtlinie heißt es: „Wir respektieren das Recht der Arbeitnehmer:innen auf Bildung von unabhängigen und freien Arbeitnehmerorganisationen und Führung freier Verhandlungen über Tarife und Rechte von Arbeitnehmer:innen.“

## Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen

### GRI 402-1

In einigen Entscheidungen der REWE Group in Österreich sind Vertreter:innen der Belegschaft als gewählte Betriebsrät:innen und Aufsichtsräte eingebunden. Den vorgegebenen Mitbestimmungs- und sonstigen Beteiligungsrechten entsprechend, werden die Arbeitnehmervertreter:innen informiert, Stellungnahmen eingeholt und Einigungen mit ihnen erzielt.

Außerdem gibt es auch gemeinsame innerbetriebliche Projekte und Ziele zur weiteren Verbesserung des Arbeitsalltages, sowie rund um die Themen Soziales, Diversity oder Sicherheit am Arbeitsplatz. Die REWE Group in Österreich arbeitet konsequent, intensiv und vertrauensvoll mit den Betriebsrät:innen zusammen.

# Arbeitssicherheit & Gesundheitsmanagement



## MANAGEMENTANSATZ

Sichere Arbeitsplätze und die Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden nehmen für das Unternehmen eine zentrale Rolle ein. Dazu zählt die Vermeidung von Arbeitsunfällen ebenso wie die Förderung gesundheitlicher Präventionsmaßnahmen. So können längere Ausfälle der Beschäftigten verhindert und die Mitarbeiter:innen geschützt werden. Um die Sicherheit und Gesundheit möglichst effektiv zu gewährleisten, ist es notwendig, diese Aspekte gut in die Unternehmensstrukturen einzubinden.

Um Nachhaltigkeit als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse zu integrieren, hat die REWE Group in Österreich eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ entwickelt. Im Rahmen der Säule Mitarbeiter:innen wurden darüber hinaus fünf Handlungsfelder definiert: Werte und Kultur, Ausbildung und Entwicklung, Gesundheit und Sicherheit, Beruf und Lebensphasen sowie Vielfalt und Chancengleichheit.

Mit den Aktivitäten im Handlungsfeld Gesundheit und Sicherheit verfolgt die REWE Group in Österreich das Ziel, die Arbeitssicherheit sicherzustellen und die Gesundheit ihrer Mitarbeiter:innen zu erhalten bzw. zu fördern.

## Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

### GRI 403

Die REWE Group in Österreich achtet darauf, die jeweils gültigen Gesetze und Standards zum Arbeits- und Gesundheitsschutz einzuhalten, und sorgt für ein sicheres und hygienisches Arbeitsumfeld. Dazu analysiert und kontrolliert das Handelsunternehmen relevante Arbeitsprozesse auf potenzielle Gesundheits- und Sicherheitsrisiken und trifft geeignete Maßnahmen zur Reduzierung.

## Betriebliche Gesundheitsförderung

Zufriedenheit im Beruf, Erholung in der Freizeit und Zeit mit der Familie – das ist die Herausforderung für unsere schnell-

lebige Gesellschaft. Die REWE Group in Österreich ist sich der Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeiter:innen bewusst und unterstützt sie dahingehend. Die Mitarbeitenden sind das Herzstück des Unternehmens, ihre Gesundheit besonders wichtig und deshalb wird eine ausgewogene Work-Life-Balance unterstützt. Die betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) trägt mit ihren spezifischen Angeboten dazu bei, die eigene Gesundheit zu erhalten. Aus diesem Grund ist sie ein essenzieller Bestandteil der Säule „Mitarbeiter:innen“ der Nachhaltigkeitsstrategie.

Die betriebliche Gesundheitsförderung in der REWE Group in Österreich verfolgt das Ziel, Belastungen und Krankheiten am Arbeitsplatz vorzubeugen, Gesundheit zu stärken und das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter:innen zu verbessern. Arbeit erfordert den Einsatz der körperlichen und geistigen Arbeitskraft. Mit einem breiten gesundheitsförderlichen Angebot unterstützt die REWE Group in Österreich seit 2008 ihre Mitarbeitenden. So werden einerseits Informationen und Kurse angeboten, die die eigene Gesundheit bestmöglich erhalten sollen. Andererseits erarbeitet die Betriebliche Gesundheitsförderung stetig Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsverhältnisse im Rahmen der Möglichkeiten.

Das sich kontinuierlich verbessernde Angebot für die Mitarbeitenden entsteht auf der einen Seite aus den Mitarbeiter:innen-Befragungen und andererseits aus der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens. Die Aktivitäten der betrieblichen Gesundheitsförderung setzen sich zusammen aus Ergonomie am Arbeitsplatz, Ernährung, Psyche und Stressprävention, Sport und Bewegung, Vorsorge und Arbeitszeitflexibilisierung.



# Arbeitssicherheit & Gesundheitsmanagement

## Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die Fachkräfte für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz betreuen die Zentralbereiche und die Handelsfirmen entsprechend den gesetzlichen Anforderungen. Unter Berücksichtigung der Vorschriften der zuständigen Arbeitsinspektorate finden regelmäßige Begehungen der Arbeitsstätten, systematische Analysen von Unfällen, Auswertungen der im Arbeitsschutz eingehenden Berichte von Behörden (wie Bezirksamt, Gewerbeaufsicht, Arbeitsinspektion), regelmäßige Abstimmungstermine mit Verantwortlichen des Vertriebs, der Bauabteilungen u.ä. sowie Arbeitsschutzausschuss-Sitzungen statt. Führungskräfte und Mitarbeiter:innen werden für Arbeitssicherheit sowie gesundheitsförderliche Arbeitsbedingungen und -prozesse regelmäßig sensibilisiert. Im Rahmen eines kontinuierlichen Entwicklungsprozesses werden mögliche Handlungsfelder aufgezeigt, regelmäßig Schwerpunkte überprüft und in Abstimmung weiterentwickelt.

Eine besondere Herausforderung im Berichtszeitraum war die COVID-19 Pandemie. Folgende Maßnahmen und Aktivitäten wurden dafür umgesetzt:

- Einrichtung eines Krisenstabes für die Gesamtkoordination.
- Erstellung von Sicherheitsmaßnahmen in den Märkten und Regelungen in den Zentralbereichen (Schutzvorrichtungen aus Plexiglas, Bereitstellen von Masken, Temperaturmessungen an neuralgischen Kontaktpunkten, Kund:innenenzählungen in den Märkten).
- Erstellung von Ablaufprozessen bei COVID-19 Verdachts- und Infektionsfällen.
- Organisation und Durchführung COVID-19 Schnelltests in den Zentralbereichen
- Organisation und Planung von Impfstraßen
- Laufende Kommunikation zu den Krisenstäben der Behörden (Innenministerium, Bundeskanzleramt)

## Unfälle, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Todesfälle

### GRI 403-2

2020 ging die Unfallrate im Vergleich zu 2019 von 33 auf 31 Unfälle pro 1.000 Vollzeitäquivalente leicht zurück. Der Krankenstand innerhalb der REWE Group in Österreich ist im Berichtszeitraum gleichgeblieben und lag 2020 bei 4,9 Prozent. Raubüberfälle sind in den Märkten der REWE Group in Österreich – wie im gesamten Einzelhandel – leider nach wie vor

ein aktuelles Thema. Die betroffenen Mitarbeiter:innen können sowohl unter körperlichen als auch psychischen Schäden leiden, was zu längeren Ausfallzeiten führen kann. Eine Akutintervention nach traumatischen Ereignissen, das heißt eine professionelle psychologische Beratung, wird in der REWE Group in Österreich systematisch eingesetzt. 2020 wurden sechs von Raubüberfällen betroffene Arbeitnehmer:innen gemeldet, 12 weniger als im Vorjahr.

## Unfälle, Raubüberfälle und Todesfälle (exklusive ADEG)

		2018	2019	2020
<b>Unfälle pro 1.000 Vollzeit-äquivalente</b>	<b>Weiblich</b>	18,6	32,4	30,8
	<b>Männlich</b>	28,9	35,0	29,9
	<b>Gesamt</b>	21,7	33,2	30,5
<b>Anzahl verunfallte Mitarbeiter:innen (Arbeits- und Wegeunfälle)</b>	<b>Weiblich</b>	435	781	749
	<b>Männlich</b>	293	363	322
	<b>Gesamt</b>	728	1.144	1.071
<b>Durch Raubüberfälle betroffene Arbeitnehmer:innen</b>	<b>Gesamt</b>	11	18	6
<b>Tödliche Unfälle</b>	<b>Gesamt</b>	0	2	0



# Arbeitssicherheit & Gesundheitsmanagement

## Ausfalltage durch Unfälle

	2018	2019	2020
<b>Weiblich</b>	6.230	13.745	14.379
<b>Männlich</b>	4.318	5.689	5.392
<b>Gesamt</b>	10.548	19.434	19.771

Exklusive ADEG Kaufleute

## Krankenstand

	2018	2019	2020
<b>Weiblich</b>	5,1	5,3	5,2
<b>Männlich</b>	4,3	4,2	4,1
<b>Gesamt</b>	4,9	4,9	4,9

Exklusive ADEG Kaufleute

## Maßnahmen zur Förderung besonders gefährdeter Berufsgruppen

### GRI 403-3

Hinweise auf Arbeitnehmer:innen, die aufgrund ihrer Tätigkeit eine hohe Erkrankungsrate oder -gefährdung aufweisen, liegen nicht vor.

## Gesundheit gezielt fördern und Krankheiten vorbeugen

Um ein gesundheitsbewusstes Verhalten der Mitarbeiter:innen zu fördern, bietet die betriebliche Gesundheitsförderung der REWE Group in Österreich ein umfassendes Programm.

Im Berichtszeitraum lag der Schwerpunkt auf Unterstützungsleistungen in Folge der COVID-19 Pandemie. Folgende Angebote wurden zur Verfügung gestellt:

- „Aktive Pause“: Online Schulungen zur Stärken der Rückenmuskulatur. Zwei Mal wöchentlich stellte eine Physiotherapeutin Übungen zum Selbermachen vor.
- „Lunch & Learn“: Angebot eines online Impulsvortrages durch eine Physiotherapeutin mit dem Ziel einer Kompetenzerweiterung für die Hilfe zur Selbsthilfe
- Krisenhotline für alle Mitarbeitende durch das Hilfswerk von März bis Mai 2020. Damit konnten zum Start der Pandemie über 400 telefonische Beratungen durchgeführt werden. Besonders die Herausforderungen bzw. Belastungen in der Arbeitssituation sowie allgemeine Unsicherheiten bzw. Sorgen wurden besprochen.

Neben dem klassischen Angebot wie Massagen und ergonomische Beratungen, wurde 2020 eine Betriebsküchen-Befragung durchgeführt. Auf Grund der Rückmeldungen wurde der Speiseplan grundlegend überarbeitet. Seit dem Frühjahr 2021 werden mehr vegetarische/vegane und frische Menüs ins Programm aufgenommen. Die Vertriebslinie AGM verteilte zudem Glasflaschen an alle Mitarbeitenden mit der Information, das Wasser der optimale Durstlöcher ist und im Arbeitsalltag nicht vergessen werden sollte.

Das Angebot eines Zuschusses für allgemeine Impfungen wie Grippe für alle Filialmitarbeiter:innen wurde von 1.618 Mitarbeitenden angenommen.

## Wiedereinstieg erleichtern: Eingliederungsmanagement

Die betriebliche Wiedereingliederungsteilzeit unterstützt Mitarbeiter:innen, die nach längerer Krankheit wieder in den Beruf einsteigen. Sie orientiert sich an den gesetzlichen Regelungen und berücksichtigt betriebliche Rahmenbedingungen, wie den Standort oder die Mitarbeiter:innenstrukturen. Im Jahre 2020 konnten damit 66 Mitarbeiter:innen wieder schrittweise in den Arbeitsprozess zurückfinden.



# Aus- & Weiterbildung

## MANAGEMENTANSATZ

Ein steter Wandel prägt aktuell den Arbeitsmarkt: Digitalisierung verändert die Arbeitswelt, der demografische Wandel hat einen Engpass bei Fachkräften zur Folge. Die Förderung der Aus- und Weiterbildung ist für Unternehmen deshalb besonders relevant: Sie können fehlendes Wissen aufbauen, ihre Mitarbeiter:innen entsprechend qualifizieren und so neuen Herausforderungen wie der Digitalisierung begegnen – und sich auf diese Weise zukunftsfähig aufstellen.

Mit den Aktivitäten im Handlungsfeld Ausbildung und Entwicklung verfolgt die REWE Group in Österreich das Ziel, sich als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren, um Talente für das Unternehmen zu gewinnen. Das Unternehmen ist dabei bestrebt, möglichst viele Fach- und Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu rekrutieren und qualifizierte und motivierte Mitarbeiter:innen langfristig an das Unternehmen zu binden.

## AUS- UND WEITERBILDUNG

### GRI 404

Die REWE Group in Österreich bietet allen Mitarbeiter:innen und Führungskräften ein umfangreiches internes Aus- und Weiterbildungsangebot, das auf die Entwicklung sowohl persönlicher als auch fachlicher Kompetenzen ausgerichtet ist. Die Herausforderung liegt darin, die Weiterbildungsangebote so zu entwickeln, dass sie die unterschiedlichen Erfordernisse der Vertriebslinien erfüllen und gleichzeitig die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen berücksichtigen. Der hohe Anteil interner Besetzungen von Führungspositionen (2020: 80,4 Prozent) soll dabei gehalten werden.

## Maßnahmen und Projekte in den Bereichen Ausbildung und Studium

### Umfassendes Ausbildungsangebot für Lehrlinge

Die REWE Group in Österreich bietet Jugendlichen 25 verschiedene Lehrberufe an. Die Bandbreite reicht dabei von Einzelhan-

del mit den Schwerpunkten Lebensmittelhandel, Parfümerie, Feinkostfachverkauf sowie dem zusätzlichen Schwerpunkt „Digitaler Verkauf“ über Lebensmitteltechniker:in oder Betriebslogistikkaufmann/-frau bis hin zu Metalltechnik, Maschinenbautechnik, Systemgastronomiefachmann/-frau oder Applikationsentwicklung.

Insgesamt beschäftigte die REWE Group in Österreich im Berichtszeitraum 2.000 Lehrlinge und stellte damit knapp 15 Prozent aller Lehrlinge im Handel.

### Lehrlinge mit speziellen Lernkonzepten gezielt fördern

Im Rahmen der REWE Group Karriereschmiede wird den Lehrlingen und Lehrlingsausbilder:innen seit 2008 eine konzernübergreifende Ausbildungsplattform geboten. Diese ergänzt die Lehrlingsausbildung der einzelnen Ausbildungsbetriebe um spezielle Veranstaltungen. Ein Beispiel dafür ist das jährliche Persönlichkeitsseminar, das 2019 unter dem Titel „Skills-Factory2019“ stattfand, jedoch 2020 COVID-19 bedingt nicht durchgeführt werden konnte.

Die REWE Group in Österreich setzt neben Präsenzveranstaltungen stark auf E-Learning. Die Präsenz- und Online-Schulungen werden oftmals kombiniert. Erklärtes Ziel der Lehrlingsausbildung ist es, aus den Lehrlingen Fach- und Führungskräfte zu entwickeln. Nach dem Lehrabschluss besteht die Möglichkeit, sich innerhalb von zwei Jahren zur Führungskraft ausbilden zu lassen.

Bei der Vertriebslinie BILLA wurden die Willkommenstage für die Lehrlinge 2020 als Online-Veranstaltungen durchgeführt. 540 Jugendliche wurden in 14 digitalen Willkommenstagen von den Lehrlingsbetreuer:innen willkommen geheißen und mit Informationen rund um die Lehrausbildung versorgt.

Zusätzlich wurden Verkaufstrainings mit externen Trainer:innen in den REWE Group Klassen der Berufsschulen eingeführt. Außerdem wurde der schriftliche Teil der Käsekennerprüfung auf einen kompetenzorientierten Prüfungsansatz umgestellt.



# Aus- & Weiterbildung

## Traineeprogramme als Einstiegsmöglichkeiten für Hochschulabsolventen

Die REWE International AG bietet jährlich Management-Traineeprogramme an. 2020 wurden dafür sechs Teilnehmer aufgenommen. Die Dauer des Programms beträgt 16 Monate und setzt sich aus 6 Monate Filialzeit, vier Monate Auslandsprojekt, zwei Monate Rotation, drei Monate Projekt im Headquarter und ein Monat Rotation in künftigen Schnittstellenbereichen zusammen. Neben dem Management-Traineeprogramm gibt es bei BILLA, MERKUR und BIPA Vertriebs-trainee-Programme. Zudem bietet die REWE Group in Österreich auch fachspezifische Traineeprogramme an.

## Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe

### GRI 404-2

Mit verschiedenen Konzepten und Programmen fördert die REWE Group in Österreich gezielt die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter:innen.

## Personalentwicklungsprogramme

Im Rahmen einer systematischen Personalentwicklung werden konzernweit zielgruppenspezifische Programme angeboten, die Mitarbeiter:innen sowohl im Vertrieb, in der Logistik als auch in der Verwaltung wichtige Kompetenzen für die jeweiligen Tätigkeitsbereiche vermitteln oder diese auf weiterführende Aufgaben oder auf eine Rolle als Führungskraft im Markt, im Vertrieb oder der Zentrale vorbereiten. Für das mittlere Management werden seit 2018 gruppenweit spezielle Trainings wie z.B. eine „Future Journey“ für Führungskräfte angeboten, um diese wichtige Zielgruppe auf zukünftige Anforderungen im Berufsleben in Bezug auf Innovation und Leadership vorzubereiten und stärker untereinander zu vernetzen. Mit der „Management Akademie“ bietet die REWE Group in Österreich sowohl eine programmatische als auch eine individuelle Förderung der Potenzialträger der Managementebene unterhalb der obersten Führungskräfteebene. Darüber hinaus gibt es mit „Next You“ und dem „Management Circle“ zwei Weiterbildungsprogramme für erfahrene Führungskräfte. Neue Führungskräfte absolvieren die „REWE International AG Führungskräfteakademie (RIAK)“ – ein umfassendes Ausbildungsprogramm zur Befähigung in der ersten Führungsrolle. Speziell für weibliche Führungskräfte gibt es mit dem Weiterbildungsprogramm „Women´s Drive“

die Möglichkeit, die eigenen Kompetenzen zu erweitern, um Karriereambitionen besser zu erkennen und zu verwirklichen und ein starkes berufsbezogenes Netzwerk für Frauen zu bilden. Mitarbeiter:innen ohne Personalverantwortung werden mit vertikalem Potenzial im Programm „Future ME“ auf die mögliche Übernahme einer Führungsposition vorbereitet. Für Fachexpert:innen besteht zudem die Möglichkeit sich im Rahmen des „Expert Circle“ weitere fachliche und persönliche Kompetenzen anzueignen. Alle Programme bieten auch eine Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit auf unterschiedlichen Ebenen an: Reflexion und Diskussion der eigenen Haltung auf der einen, sowie praktisches Tun im Rahmen von Exkursionen auf der anderen Seite.



# Aus- & Weiterbildung

## Weiterbildung

Es besteht ein vielfältiges Seminarangebot für alle Mitarbeiter:innen. In allen Regionen und den unterschiedlichen Vertriebslinien werden regionale Seminare angeboten. Das Schulungsportfolio umfasst unternehmensweit rund 100 unterschiedliche E-Learning Module mit teilweise gesetzlich vorgeschriebenen Inhalten, wie beispielsweise zu Lebensmittel- oder Personalhygiene, Infektionsschutz oder Arbeitssicherheit. Darüber hinaus beinhaltet es auch freiwillige Lernangebote wie zur Karriere- und Nachfolgeplanung für Mitarbeiter:innen. Ziel der E-Learning-Schulungen ist die Vermittlung von praxisrelevantem Wissen mit zum Teil spielerischem Charakter. Die ansprechend und interaktiv aufbereiteten Schulungseinheiten dienen der Unterstützung und Weiterbildung der Mitarbeiter:innen über ein intuitives Lernformat. Im Berichtszeitraum wurden COVID-19 bedingt nur 13.000 Weiterbildungstage gezählt und zusätzlich 37.400 Tage mittels E-Learning Modulen absolviert. Dabei zeigt sich weiterhin der deutliche Trend hin zum E-Learning, der COVID-19 bedingt zusätzlich verstärkt wurde. Zudem wurden viele Präsenzschulungen wie der Willkommenstag für neue Mitarbeiter:innen in den Zentralbereichen aufgrund der Pandemie auf online umgestellt.

## Schulungen zum Thema Nachhaltigkeit

Speziell die Einkäufer:innen werden regelmäßig in relevante Nachhaltigkeitsthemen eingewiesen. Es bestehen Schulungen zu Rohstoffen, zu denen die REWE Group in Österreich spezifische Leitlinien formuliert hat – wie zum Beispiel Fisch, Palmöl und Soja –, und zu speziellen Themen, die uns beschäftigen, wie die Vermeidung umweltschädlicher Chemikalien oder Verpackungen. Alle neuen Mitarbeiter:innen aus den Zentralbereichen und alle Lehrlinge werden in regelmäßigen Abständen zu Nachhaltigkeitsthemen geschult. In unterschiedlichen Veranstaltungsformaten können sich auch Führungskräfte zu aktuellen Trends und Entwicklungen informieren.

## Angestellte, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten

### GRI 404-3

Die systematische Karriere- und Nachfolgeplanung (KNP) ist ein wichtiger Eckpfeiler des unternehmensweiten Talentmanagements in der REWE Group in Österreich. Ziel der KNP ist es, Fach- und Führungskräfte aus den eigenen Reihen weiterzuentwickeln. Potenzialträger sollen frühzeitig erkannt und qualifizierte Mitarbeiter:innen langfristig an das Unternehmen gebunden werden. Hierfür finden in den Vertriebslinien sowie in der Zentrale regelmäßige Leistungs- und Potenzialeinschätzungen, Potenzialkonferenzen sowie individuelle Entwicklungsgespräche statt.

Die jährlichen Entwicklungsgespräche mit allen Mitarbeiter:innen stellen sicher, dass Feedback zur Aufgabenerfüllung, Aspekte der Zusammenarbeit sowie Fragen zur weiteren persönlichen und fachlichen Entwicklung besprochen, dokumentiert und zielgerichtet verfolgt werden. Der direkte Vorgesetzte führt das Entwicklungsgespräch einmal im Jahr mit jedem seiner Mitarbeiter:innen.



# Vielfalt & Chancengleichheit

## MANAGEMENTANSATZ

Der demografische Wandel, die Globalisierung, Prozesse der Individualisierung und ein grundlegender Wertewandel resultieren in einer zunehmend vielfältigeren Gesellschaft. Vielfalt kann insbesondere in Unternehmen einen Mehrwert darstellen – die Zusammenarbeit fördert kreative Ansätze und gewährleistet Wandlungsfähigkeit. Eine chancengleiche Teilhabe innerhalb des Unternehmens wird notwendiger denn je. Die Förderung der Vielfalt im Unternehmen ist damit ein wichtiger Faktor für den Unternehmenserfolg.

Um Nachhaltigkeit als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse zu integrieren, hat die REWE Group in Österreich eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ entwickelt. Im Rahmen der Säule „Mitarbeiter:innen“ wurden darüber hinaus fünf Handlungsfelder definiert: Werte und Kultur, Ausbildung und Entwicklung, Gesundheit und Sicherheit, Beruf und Lebensphasen sowie Vielfalt und Chancengleichheit.

Mit den Aktivitäten im Handlungsfeld Vielfalt und Chancengleichheit verfolgt die REWE Group in Österreich das Ziel, wandlungsfähig zu bleiben und ein faires Miteinander zu gewährleisten.

## Diversität und Chancengleichheit

### GRI 405

In der REWE Group in Österreich arbeiten Menschen aus über 115 Nationen seit vielen Jahren friedlich und respektvoll miteinander. Ohne die vielen Tausend Mitarbeiter:innen aus den unterschiedlichen Kulturkreisen könnte man die Geschäftstätigkeit nicht aufrechterhalten. Durch die gelebte Vielfalt im Unternehmen verbessert die REWE Group in Österreich ihre Anpassungsfähigkeit an die sich verändernden Marktbedingungen und erhöht ihre Chancen im Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte.

Im Rahmen ihres Personalmanagements wird deshalb darauf geachtet, eine vielfältige Mitarbeiter:innen-Struktur zu för-

dern und Mitarbeiter:innen unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion, sexueller Identität, Herkunft oder Behinderung diskriminierungsfreie Arbeitsplätze zu gewährleisten. Gleichzeitig achtet das Unternehmen darauf, allen Mitarbeiter:innen gleiche Chancen zu bieten. Die Verpflichtung zur diskriminierungsfreien Gestaltung der betrieblichen Personalpolitik ist in der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group verankert. Sie ist gleichzeitig wesentlicher Bestandteil des für alle Mitarbeiter:innen und Führungskräfte geltenden Verhaltenskodex. Zudem hat die REWE Group in Österreich seit 2015 eine eigene Disability-Strategie erarbeitet, deren Maßnahmen konsequent verfolgt werden.

## Maßnahmen und Projekte zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit

Mit einer Vielzahl unterschiedlicher Projekte und Maßnahmen arbeitet die REWE Group in Österreich aktiv daran, die Vielfalt und Chancengleichheit im Unternehmen zu fördern.

## Inklusion von Menschen mit Behinderung

Die REWE Group in Österreich verfolgt mit ihrer Disability-Strategie einen ganzheitlichen Ansatz, um Menschen mit Behinderungen in ihre Geschäftstätigkeit zu inkludieren. Die Vision lautet: „Wir denken barrierefrei und geben Mitarbeiter:innen, Kund:innen und Partner:innen dieselben Chancen“ spiegelt die verschiedenen Themenfelder wieder. 2020 wurde die bisherige Strategie evaluiert und neue Zielsetzungen und Maßnahmen bis 2025 erarbeitet. Der Schwerpunkt liegt weiterhin in der Erhöhung der Mitarbeitenden mit Behinderungen, der digitalen Barrierefreiheit und in baulichen Maßnahmen in den Filialen. Zurzeit arbeiten über 740 Menschen mit Behinderung für die REWE Group in Österreich.

In Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern wurden bereits zahlreiche Projekte gestartet. Hervorzuheben ist das Projekt „Haus Aktiv“, das Menschen mit einer Behinderung als Kassierer:innen qualifiziert. BILLA hat dazu bei einem externen Ausbilder einen kompletten Kassaabeitsplatz eingerichtet, damit die Schulungen realitätsnah erfolgen können



# Vielfalt & Chancengleichheit

Im Berichtszeitraum beschäftigte die REWE Group in Österreich 203 integrative Lehrlinge. Jugendliche erhalten so die Möglichkeit, durch eine längere Ausbildungszeit oder eingeschränkten Ausbildungsziele eine gute Ausbildung zu erhalten. Bei der Suche nach Jugendlichen mit Behinderungen, wird mit der Organisation TIW in Wien zusammengearbeitet, die beim Auswahlprozess unterstützt.

Um die Integration am Arbeitsplatz zu unterstützen, arbeitet die REWE Group in Österreich mit zahlreichen Organisationen zusammen, die vom NEBA Betriebsservice koordiniert werden. Arbeitsassistent:innen oder Jobcoachs unterstützen und beraten die Führungskräfte oder Team-Kolleg:innen als auch den/die Bewerber:in sowohl in der Startphase wie auch im laufenden Arbeitsprozess. Für alle Mitarbeitende mit Behinderung im Unternehmen stehen Behindertenvertrauenspersonen als Ansprechpersonen zur Verfügung. Sowohl bei ihren regelmäßigen Sprechtagen als auch in akuten Situationen beraten sie bei Antragstellungen bei Behörden und Ämtern, unterstützen bei der Wiedereingliederung am Arbeitsplatz nach längerer Krankheit oder bei allen weiteren rechtlichen Fragen. Zudem sind sie dem Arbeitgeber bei der Ausstattung von behindertengerechten Arbeitsplatzadaptierungen behilflich. So wurden beispielsweise Arbeitsplätze mit neuen kontraststarken Bildschirmen und einem Lesegerät für Vergrößerungsmöglichkeit für stark sehbeeinträchtigte Filial-Mitarbeiter:innen ausgestattet.

Eine eigne Disability Managerin koordiniert Anfragen zum Thema Behinderung, berät die Fachabteilungen und Handelsfirmen zur Förderung von weiteren Integrationsmaßnahmen, steht im Austausch mit relevanten NGOs, Fördergebern und Behörden und fördert die interne Weiterentwicklung zur baulichen als auch online Barrierefreiheit. Um auch die Kommunikation barrierefrei zu gestalten, stellte sich die REWE Group in Österreich 2018 als erstes Unternehmen dem Zertifizierungsprozess „Web Accessibility Certificate Austria“ für Webseiten und hat diesen seitdem mit unterschiedlichen Webseiten erfolgreich bestanden.

## Behindertenquote (exklusive ADEG)

	2018	2019	2020
<b>Behindertenquote nach Köpfen in %</b>	1,3	1,6	1,7

Exklusive der ADEG Kaufleute

## Integration von geflüchteten Jugendlichen

Die REWE Group in Österreich intensivierte seit der Flüchtlingswelle 2015 ihr Engagement, um jungen Menschen mit Fluchthintergrund bei der Integration in die Gesellschaft und ins Berufsleben zu helfen. Um sie bei ihrem Einstieg ins Berufsleben zu unterstützen, wurde ein gezieltes Recruiting durchgeführt und nach erfolgreichen Praktika Lehrstellen angeboten. 2020 starteten 13 Jugendliche eine Ausbildung. Einige Jugendliche haben es auch in das Ausbildungsprogramm für Nachwuchsführungskräfte der Handelsfirmen geschafft und arbeiten damit mit sehr guten Erfolgsaussichten an ihren nächsten Karriereschritten. Insgesamt sind 320 Mitarbeiter:innen mit Fluchthintergrund bei der REWE Group in Österreich beschäftigt.

## Ausgewogenes Geschlechterverhältnis

Wie viele andere Unternehmen ist die REWE Group in Österreich mit einem Ungleichgewicht von Frauen und Männern in Top-Management-Positionen konfrontiert. Seit 2017 wird das Programm Women's Drive durchgeführt. Es stärkt gezielt Frauen mit Führungsaufgaben und läuft über ein Jahr. Das Programm besteht aus vier Seminaren und einem begleitenden Mentoring von internen Führungskräften.

Bei einer Veranstaltung im Frühjahr 2020 folgten 100 Führungskräfte der REWE Group in Österreich der Einladung „Chancengleichheit von Frauen und Männern bei der REWE - Entwicklung von flexiblen und familienfreundlichen Karrierewegen im Unternehmen“. Dabei wurden den Führungskräften verschiedene Arbeitszeitmodelle wie Jobsharing, Führen in Teilzeit oder Väterkarenz von Expert:innen präsentiert und Chancen aufgezeigt. Ein Regionalmanager und drei weibliche Führungskräfte berichteten zudem aus ihren Erfahrungen und welche Rahmenbedingungen es seitens des Unternehmens und der direkten Vorgesetzten benötigt. Ziel der Veranstaltung war es, Führungskräfte aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen zu motivieren und neue familienfreundliche Arbeitszeitmodelle auszuprobieren.



# Vielfalt & Chancengleichheit

## Different together: LGBTI Dialoge und Awareness

Seit 2017 gibt es das unternehmensinterne Netzwerk für Lesben, Schwule, bi-, trans, und intersexuelle Mitarbeiter:innen namens „different together“ (di.to) in Österreich. Es setzt sich aktiv und informativ mit dem Thema LGBTI (Lesbian, Gay, Bisexual, Transsexuell/Transgender und Intersexual) auseinander und fördert den Austausch von Erfahrungen unter Mitarbeiter:innen. Gemeinsam setzt das Netzwerk Ideen um, damit Vorurteile abgebaut werden.

Anlässlich der Diversity Woche im Herbst 2020 wurde erstmalig eine Kurzvideoreihe „Diversity to go“ gestartet, in der Expert:innen zu LGBTIQ, Gender und unbewusste Vorurteile eine Einführung gaben. Diese Clips wurden über interne Kommunikationskanäle wie Mitarbeiter:innen-Apps verbreitet.

## Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten

### GRI 405-1

In der REWE Group in Österreich arbeiten Menschen aus über 115 Nationen miteinander. Der Anteil von Frauen in der gesamten Belegschaft lag 2020 wie in den Jahren davor bei rund 74 Prozent. Der Frauenanteil im Top-Management liegt bei 12,5 Prozent, während 65,4 Prozent der Führungskräfte weiblich sind (2019: 65,1 Prozent).

## Anteil Frauen im Top-Management

	2018	2019	2020
<b>Anteil Frauen im Top-Management in Prozent</b>	15,6	12,5	12,5

Exklusive ADEG Kaufleute

## Anteil Frauen in Führungspositionen

	2018	2019	2020
<b>Anteil Frauen in Führungspositionen in Prozent</b>	64,4	65,1	65,4

Exklusive ADEG Kaufleute

## Anteil Frauen in Führungspositionen

	2018	2019	2020
<b>Anteil Frauen gesamt in Prozent</b>	74,0	73,8	73,3

Exklusive ADEG Kaufleute



## Zusammensetzung der leitenden Kontrollorgane

	JAHR	KÖPFE	♀ FRAUEN %	♂ MÄNNER %
Vorstand REWE International AG	2018	6	0	100
	2019	5	0	100
	2020	5	0	100
Aufsichtsrat REWE International AG	2018	5	0	100
	2019	5	0	100
	2020	5	0	100



# Gleichbehandlung

## MANAGEMENTANSATZ

Diskriminierung bezeichnet die Benachteiligung von Personen oder Personengruppen aufgrund bestimmter Eigenschaften. Das Verbot der Diskriminierung ist als Menschenrecht definiert und bildet die Grundlage für ein respektvolles Miteinander. Insbesondere in Unternehmen ist die Gewährleistung einer Gleichbehandlung und Chancengleichheit der Mitarbeiter:innen ein bedeutendes Element. Um Nachhaltigkeit als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse zu integrieren, hat die REWE Group in Österreich eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ entwickelt. Im Rahmen der Säule „Mitarbeiter:innen“ wurden darüber hinaus fünf Handlungsfelder definiert: Werte und Kultur, Ausbildung und Entwicklung, Gesundheit und Sicherheit, Beruf und Lebensphasen sowie Vielfalt und Chancengleichheit. Die Aktivitäten im Bereich Gleichbehandlung sind dem Handlungsfeld Vielfalt und Chancengleichheit zuzuordnen.

## Nichtdiskriminierung

### GRI 406

Die REWE Group in Österreich pflegt eine Unternehmenskultur, die geprägt ist von einem vertrauens- und respektvollen Umgang zwischen Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Geschäftspartner:innen. Dies ist verankert in den Grundwerten des Unternehmens. Zudem gilt für alle Mitarbeiter:innen und Geschäftspartner die Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften, welche eine ausdrückliche Formulierung hinsichtlich des Diskriminierungsverbots enthält: „Wir tolerieren keine Diskriminierungen in Beschäftigung und Beruf aus Gründen wie Geschlecht, Hautfarbe, Religion, ethnischer Herkunft, Alter, Nationalität, Familienstand, sexueller Orientierung, Behinderung, sozialer Herkunft oder politischer Anschauung.“ Dieses Prinzip gilt sowohl für die Einstellung neuer Mitarbeiter:innen, für Mitarbeitende in bestehenden Arbeitsverhältnissen als auch für Geschäftspartner:innen. In allen Handelsfirmen gibt es Ansprechpersonen, an die sich die Mitarbeiter:innen im Falle einer Diskriminierung wenden können, unter anderem in den Bereichen Compliance und beim Betriebsrat, bei den Behindertenvertrauenspersonen sowie im unternehmensinternen LGBTI-Netzwerk „di.to“ (siehe auch Abschnitt Vielfalt und Chancengleichheit). Darüber hinaus können die

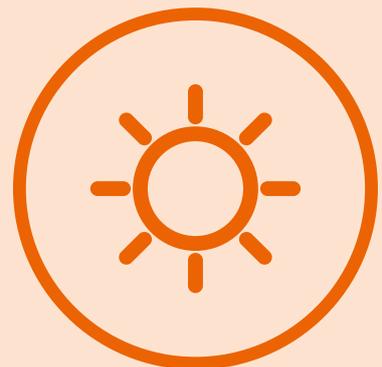
Mitarbeiter:innen auf die Führungskräfte und den Personalbereich zugehen. Jegliche Hinweise auf Diskriminierung werden konsequent verfolgt, die vertrauliche Behandlung wird dabei selbstverständlich gewährleistet. In diesem Zusammenhang werden persönliche Gespräche mit den Betroffenen geführt und der Betriebsrat eingebunden. Bei der REWE Group in Österreich stehen den Mitarbeiter:innen für diesen Zweck 13 geschulte Ansprechpartner:innen beratend zur Seite. Zusätzlich wird alle zwei Jahre ein Einkommensbericht erstellt, in dem die Löhne und Gehälter der Mitarbeiter:innen nach Geschlechtern getrennt erhoben werden. Der Bericht wird dem Betriebsrat vorgelegt und gemeinsam notwendige Anpassungen besprochen.

## Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen

### GRI 406-1

Die REWE Group in Österreich verfolgt sämtliche Hinweise auf Diskriminierung konsequent und ahndet sie mit disziplinarischen sowie gegebenenfalls personellen Maßnahmen. 2020 wendeten sich 5 Mitarbeiter:innen aufgrund von sexueller Diskriminierung/Belästigung an den Betriebsrat. In allen Fällen waren die Täter männlich, viermal handelte sich um den Vorgesetzten. Einmal kam es zu einem Vorfall einer Minderjährigen. In allen Fällen fand die berufliche Trennung von den Tätern statt. Des Weiteren nahm eine Person eine Diskriminierung auf Grund des Geschlechts wahr - diese betroffene Person nahm eine Beratung in Anspruch, wollte aber keine weiteren Schritte setzen. Ein Fall von Diskriminierung aufgrund der Religion und Herkunft wurde angezeigt, wobei bei der Untersuchung keine Hinweise dafür gefunden werden konnten. Die betroffene Person nahm das Angebot an, in einer anderen Filiale zu arbeiten. 2020 wurde der Prozess zur Meldung eines Vorfalles und der Folder zu sexueller Belästigung und Diskriminierung überarbeitet sowie eine datenschutzsichere Dokumentation sichergestellt. Ausgewählte Betriebsrät:innen und Ansprechpersonen aus der Personaladministration wurden im März 2021 von der Gleichbehandlungsanwaltschaft zum Thema geschult. Im Frühjahr 2021 wurde ein Plakat zur Sensibilisierung an alle Filialen, Läger und Außengeschäftsbereiche geschickt und in den Zentralbereichen aufgehängt. Für Herbst 2021 ist zudem ein verpflichtendes E-Learning für alle Führungskräfte geplant.

# Gesellschaftliches Engagement





# Gesellschaftliches Engagement

## STRATEGISCHER ANSATZ

Als einer der größten Arbeitgeber in Österreich ist sich die REWE Group der Verantwortung gegenüber der Gesellschaft bewusst und unterstützt und fördert gemeinnützige Organisationen und Projekte. Dabei setzt die REWE Group in Österreich auf starke Partner, die mit ihrer Erfahrung vor Ort wirkungsvoll Hilfe leisten können. Ein besonderes Anliegen ist in diesem Zusammenhang der Aufbau langfristiger Partnerschaften, auf die sich alle Beteiligten verlassen können. Wenn möglich, werden Kund:innen und Mitarbeiter:innen in Projekte eingebunden. So wird das Gemeinschaftsgefühl gestärkt und die Reichweite der Projekte erhöht. Das wurde besonders im COVID-19 Krisenjahr 2020 deutlich.

Durch die guten Beziehungen und bewährte Zusammenarbeit zu zivilgesellschaftlichen Organisationen konnten durch die COVID-19 Pandemie besonders betroffene Personengruppen unterstützt werden. Die REWE Group in Österreich engagiert sich dabei unter anderem für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen. Ein Ziel dabei ist es, Chancengleichheit zu überwinden. So unterstützt das Unternehmen sozial benachteiligte Jugendliche während der Schulzeit und beim Einstieg in das Berufsleben. Darüber hinaus engagiert sich die REWE Group in Österreich in Projekten, die Kinder und Jugendliche schon im frühen Alter an eine gesunde Lebensweise mit viel Bewegung und ausgewogener Ernährung heranführen. Um Nachhaltigkeit in der Gesellschaft zu verankern, bedarf es gut informierter Kund:innen.

Denn nur diese werden sich mit dem Thema auseinandersetzen und es in ihre Einkaufsentscheidung einbeziehen. Die REWE Group in Österreich fördert deshalb bei Kindern und Erwachsenen das Bewusstsein für nachhaltigeren Konsum, eine ausgewogenere Ernährung und bindet sie in ihr Engagement für Artenvielfalt und Umweltschutz ein. Über Aktionen in den Märkten erreicht das Unternehmen zahlreiche Kund:innen und sensibilisiert sie für einen nachhaltigeren Lebensstil. Hierbei wird auf unterschiedliche Formate gesetzt – von Mitmachaktionen über informative Aktionswochen bis hin zur Spendengenerierung über den Verkauf ausgewählter Produkte.

## HANDLUNGSFELDER

In der Säule „Gesellschaftliches Engagement“ hat die REWE Group in Österreich im Rahmen eines Strategieprozesses die folgenden vier Handlungsfelder identifiziert: Bewusste Ernährung und Bewegung, Chancen für Kinder und Jugendliche, Bewusster Umgang mit Lebensmitteln sowie Artenvielfalt und Umweltschutz. Die Handlungsfelder gelten für alle Vertriebslinien in Österreich.

## ZIELE UND KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPIs)

Um ihre Fortschritte in der Säule „Gesellschaftliches Engagement“ messbar zu machen, hat die REWE Group in Österreich Ziele und KPIs definiert:

- Anteil langfristiger Projekte (Laufzeit über zwei Jahre): 100%
- Evaluierung der wichtigsten Projekte mit einem Mittlereinsatz von über 30.000 Euro: 100%

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Bei ihren Aktivitäten hat die Säule „Gesellschaftliches Engagement“ auch die globalen Ziele einer nachhaltigen Entwicklung im Blick. Dazu hat die REWE Group in Österreich im Berichtszeitraum ihre Nachhaltigkeitsstrategie mit den Sustainable Development Goals (SDGs) abgeglichen und die für sie relevanten SDGs identifiziert und priorisiert. Im Ergebnis zählt das gesellschaftliche Engagement der REWE Group in Österreich auf die globalen Ziele einer nachhaltigeren Entwicklung ein, darunter das SDG 12: Verantwortungsvoller Konsum sowie SDG 4: Hochwertige Bildung und SDG 1: Keine Armut. Im Rahmen dieser Analyse wurde von den Nachhaltigkeitsverantwortlichen der REWE Group in Österreich und externen Stakeholdern das SDG 12: Verantwortungsvoller Konsum mit hoher Relevanz für das Unternehmen bewertet (siehe auch Abschnitt Nachhaltigkeitsstrategie).



# Projekte und Förderungen

## REPORTING

Im GRI-Bericht sind die wesentlichen Themen der Säule „Gesellschaftliches Engagement“ zu finden:

- Projekte und Förderungen
- Kinderschutz

## MANAGEMENTANSATZ

Als international agierendes Handelsunternehmen trägt die REWE Group in Österreich auch Verantwortung über das Kerngeschäft hinaus. Mithilfe von starken und langfristigen Partnerschaften sowie engagierten Mitarbeiter:innen setzt das Unternehmen eine Vielzahl unterschiedlicher Projekte und Maßnahmen um, die der Gesellschaft zugutekommen. Nachhaltigkeit ist als fester Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt. Im Rahmen der Säule „Gesellschaftliches Engagement“ wurden darüber hinaus vier Handlungsfelder definiert, um zielgerichtete Maßnahmen zu entwickeln: Bewusste Ernährung und Bewegung, Chancen für Kinder und Jugendliche, Bewusster Umgang mit Lebensmitteln sowie Artenvielfalt und Umweltschutz. Mit der Durchführung von Projekten verfolgt die REWE Group in Österreich das Ziel, die einzelnen Handlungsfelder voranzutreiben.

## INDIREKTE ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN

### GRI 203

Die REWE Group in Österreich versteht sich als Good Corporate Citizen – das heißt, sie übernimmt im Rahmen ihrer Möglichkeiten Verantwortung dort, wo sie wirtschaftlich tätig ist und wo Hilfe benötigt wird. Sie engagiert sich besonders für Kinder und Jugendliche und setzt sich für eine ausgewogene Ernährung und einen bewussten Umgang mit Lebensmitteln ein (siehe dazu auch Abschnitt Gesellschaftliches Engagement).

## INFRASTRUKTURINVESTITIONEN UND GEFÖRDERTE DIENSTLEISTUNGEN

### GRI 203-1

Die REWE Group in Österreich fördert Investitionen in Infrastruktur und Dienstleistungen an ihren Standorten sowie in Destinationen und Ländern, in denen besondere Unterstützung dringend erforderlich ist. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf langfristigen Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen. Ein weiterer Fokus liegt darauf, den Zugang zu Bildung zu verbessern und die Unterstützung von Bildungseinrichtungen. Im Folgenden werden ausgewählte Projekte aus dem Berichtszeitraum vorgestellt.

### DIE DER TOURISTIK FOUNDATION

Die DER Touristik Foundation wurde 2014 als gemeinnütziger Verein von der DER Touristik ins Leben gerufen. Damit bekennt sich die DER Touristik als international agierender Reisekonzern zu ihrer sozialen Verantwortung gegenüber den Menschen und der Natur in den Reiseländern. Anspruch ist es, die Kraft des Tourismus zu nutzen, um die Vielfalt unserer Erde zu schützen und die wirtschaftliche Entwicklung in den gastgebenden Ländern zu fördern. Mit der DER Touristik Foundation wird das gesellschaftliche Engagement der DER Touristik über die Geschäftstätigkeit hinaus gebündelt und sichergestellt, dass die Förderprojekte wirksam und nachhaltig unterstützt werden. Als Teil der DER Touristik unterstützt die REWE Austria Touristik diese Projekte.

Ziel des Projekts ist es, Kindern und ihren Familien in Delhi den Zugang zu sanitärer Infrastruktur und sauberem Trinkwasser zu ermöglichen sowie gleichzeitig über Hygienemaßnahmen aufzuklären. In Grundschulen und Zentren des integrierten Kinderentwicklungsprogramms der indischen Regierung (Integrated Child Development Services – ICDS) wird Kindern der richtige Umgang mit Hygiene und Wasser vermittelt – zum Beispiel das Händewaschen vor dem Essen und nach dem Toilettengang. Zudem werden sanitäre Anlagen inklusive Toiletten und Waschbecken errichtet beziehungsweise Instand gesetzt.



## ERHEBLICHE INDIREKTE ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN

### GRI 203-2

Mit über 2.500 Märkten in Österreich hat die REWE Group national insgesamt über 46.000 Mitarbeiter:innen. Durch die Eröffnung neuer Märkte profitieren die Gemeinden zudem von Infrastrukturinvestitionen, Steuern und Abgaben sowie von den vielfältigen sozialen Aktionen der Mitarbeiter:innen, Marktmanager:innen und selbstständigen Kaufleute. Die REWE Group in Österreich gibt so wichtige Impulse für die Entwicklung und Förderung der Regionen, in denen die Märkte ansässig sind. Darüber hinaus engagieren wir uns aktiv für Kinder und Jugendliche und legen einen Schwerpunkt auf Themen, die mit unserer Geschäftstätigkeit verbunden sind.

### LERNEN MACHT SCHULE

Lernen macht Schule tritt gegen die Tatsache an, dass Armut im Elternhaus massiv die Chancen auf Bildung einschränkt. 130 WU-Studierende und rund 240 Kinder aus sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen lernten im Studienjahr 2019/20 mit- und voneinander – so werden Bildung und Integration vorangetrieben. Neben den Lernbuddys fördern Musikbuddys unter der Anleitung der Caritas-Kulturinitiative „Brunnenpassage“ die persönliche und schulische Entwicklung von Kindern zwischen 7 und 12 Jahren durch die Auseinandersetzung mit Musik und Gesang.

Seit 2010 finanziert die REWE Group in Österreich das Programm, bei dem sich WU-Studierende als „Bildungsvorbilder“ engagieren und betreuen nach einer mehrtägigen Vorbereitung einmal pro Woche Kinder und Jugendliche aus Einrichtungen der Caritas Wien. Neben schulischer Unterstützung stehen gemeinsame Freizeitgestaltung und der Aufbau nachhaltiger Beziehungen im Vordergrund.

Der Zugang zu Bildung als Schlüssel für ein zufriedenes Leben soll unabhängig von Herkunft und Elternhaus gewährleistet werden. Ziel ist es, dass alle Teilnehmer:innen durch das gegenseitige Kennenlernen und voneinander Lernen profitieren: Die Kinder durch das gemeinsame Lernen, die Studierenden durch die Übernahme von Verantwortung und beide Gruppen durch das Kennenlernen anderer Kulturen und Lebenswelten. Ein weiteres Angebot von „Lernen macht Schule“ sind die seit 2010 stattfindenden Sommercamps, bei denen die Studierenden als Betreuer:innen mitwirken können. Die ein-

wöchigen Ferienlager finden jährlich mit unterschiedlichen Schwerpunkten statt und stellen den Spaß sowie intensive gemeinsame Erlebnisse und Beziehungserfahrungen in den Vordergrund.

Seit Herbst 2015 wird an der WU im Rahmen der Initiative „Lernen macht Schule“ zudem Deutschunterricht für Geflüchtete auf verschiedenen Niveaus angeboten. Ziel dabei ist es, insbesondere studieninteressierten Menschen den Einstieg ins reguläre WU-Studium zu erleichtern.

Eine besondere Herausforderung ist die Bewältigung der Covid 19-Pandemie. Viele Familien konnten den Anforderungen des Online-Lernens nicht gerecht werden, weil es z.B. an Infrastruktur oder inhaltlicher Lernunterstützung mangelt. Darüber hinaus fehlten außerschulische Angebote zur Förderung von Kreativität und sozialer Integration. Die Lern- und Musikbuddys unterstützen die Kinder deshalb seit 2020 flexibel in Präsenz sowie über digitale Kanäle, um sie auch während der Lockdowns und Schulschließungen verlässlich zu begleiten.

Nur wenn Kindern unabhängig von ihrer sozialen Herkunft die Chance auf Ausbildung eröffnet wird, kann die – durch mangelnde Bildung verursachte – Armutsspirale gestoppt werden. Seit 2010 haben sich über 1.250 Studierende bei "Lernen macht Schule" engagiert und insgesamt über 120.000 Stunden freiwillige Arbeit geleistet. Nur wenn Kindern unabhängig von ihrer sozialen Herkunft die Chance auf Ausbildung eröffnet wird, kann die – durch mangelnde Bildung verursachte – Armutsspirale gestoppt werden. Seit 2010 haben sich über 1.200 Studierende engagiert und insgesamt über 115.000 Stunden freiwillige Arbeit geleistet.

### „AUFRUNDER BEWIRKEN WUNDER“

Kund:innen in den Handelsfirmen BILLA, MERKUR, PENNY und BIPA können mit einem kleinen Betrag Großes in Österreich bewirken. An der Kassa kann mit den Worten Aufrunden, bitte. die Kaufsumme auf den nächsten 10-Cent-Betrag aufgerundet werden. Durch diese Aktion wurden seit 2013 bis Ende 2020 über 1 Million Euro gesammelt. Im Berichtszeitraum kamen über 88.000 Euro an Spenden dazu. Dieses in Österreich einzigartige Projekt wurde 2013 im Rahmen der Nachhaltigkeitswochen unter dem Namen „Aufrunder bewirken Wunder“ gemeinsam mit der Caritas gestartet.

Die gespendeten Beträge werden an die Caritas weitergegeben, welche die Spenden unterschiedlichen österreichischen



## Projekte und Förderungen

Projekten zuweist. So unterstützt BILLA beispielsweise die 36 Sozialberatungsstellen des Familienhilfefonds der Caritas, in denen Familien in dramatischen Situationen Hilfe finden. MERKUR fokussiert sich auf die Lerncafés, in denen Kinder aus benachteiligten Verhältnissen die Chance auf mehr Bildung erhalten. BIPA fördert Mutter-Kind-Häuser, in denen hilfesuchende Mütter und ihre Kinder Zuflucht finden. Und PENNY wiederum finanziert gemeinsam mit seinen Kund:innen einen Fonds für ältere Menschen, die finanzielle Unterstützung benötigen. Aufgrund der durch die Corona Pandemie bedingten erhöhten Nachfrage nach Hilfsleistungen wurden die Spenden im Zeitraum Mitte März bis Ende Juni 2020 von der REWE Group in Österreich mit 22.300 Euro zugunsten der Caritas Corona Nothilfe verdoppelt.

### LEBENSMITTELSPENDEN

Die REWE Group in Österreich arbeitet schon seit Jahren eng mit karitativen Organisationen zusammen. Wo immer sich ein geeigneter Partner findet, haben alle unsere Handelsfirmen – BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG – eine Kooperation zur Abgabe von Lebensmitteln sowie Gütern des täglichen Bedarfs. Dadurch hat die REWE Group in Österreich nahezu flächendeckend Kooperationen für die einzelnen Standorte. BILLA allein spendete 2020 Lebensmittel im Wert von 22 Millionen Euro an soziale Einrichtungen. Die Kosmetik- und Hygieneartikel-Spenden von BIPA beliefen sich im Berichtszeitraum auf mehr als 2,1 Millionen Euro.

Die REWE Group in Österreich ist auch Mitbegründerin der Aktionsplattform Lebensmittelhandel innerhalb des „Verbands der österreichischen Tafeln“ – dem Zusammenschluss diverser karitativer Organisationen. Gerade die Verteilung der Lebensmittel stellt für soziale Organisationen eine große Herausforderung dar, denn nicht immer gibt es ausreichend Mitarbeiter:innen (meist Ehrenamtliche), welche die Waren abholen bzw. in die Einrichtungen bringen können. Daher beschränkt sich die Unterstützung nicht nur auf Lebensmittelspenden. Durch die Zusammenführung von Waren im Zentrallager braucht die Wiener Tafel z.B. nicht einzelne Märkte mit kleinen Mengen anfahren, sondern nur einen Ort. Das ist aber nur bei ausgewählten Produkten möglich. Durch den übergeordneten „Verband der österreichischen Tafeln“ können zudem Synergien in der Logistik und Abholqualität erzeugt werden, die allen Beteiligten zu Gute kommen.

Kooperationen mit innovativen Start-ups wie z.B. „Unverschwendet“ stellen eine weitere wichtige Maßnahme im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung dar. Überschüssi-

ge Lebensmittel werden weiterverarbeitet und können so gerettet werden. Diesen derart veredelten Produkten – Marmeladen und Chutneys beispielsweise – bietet die REWE Group in Österreich Platz in den Regalen ausgewählter Filialen von BILLA und MERKUR.

Für eine effiziente Abwicklung der Anfragen um Sachspenden im Rahmen der Coronahilfe wurde eine standardisierte Clever-Hilfspalette mit den wichtigsten Lebensmittel- und Hygieneprodukten zur Grundversorgung zusammengestellt. Die Clever-Hilfspalette kam für Spenden an Einrichtungen wie der Volkshilfe und dem Rotes Kreuz zum Einsatz.

### STIFTUNG BLÜHENDES ÖSTERREICH

Der Naturschutz Stiftung standen 2020 ein Budget von etwa 900.000 Euro zur Verfügung. Bisher konnten bereits 900 Hektar ökologisch hochwertige Biotope und Lebensräume nachhaltig abgesichert werden. Bis Ende 2020 wurden 176 laufende Naturschutz-Projekte finanziert und begleitet. Der Fokus liegt hierbei in der Stärkung der regionalen Zusammenarbeit, indem Projekte gemeinsam mit Partnern aus öffentlichen Institutionen, gemeinnützigen Organisationen und der Privatwirtschaft realisiert werden.

Das Citizen Science Projekt „Schmetterlinge Österreichs“ mit der Schmetterlings-App entwickelte sich zur erfolgreichsten Schmetterlingszählaktion in Europa. Knapp 150.000 Schmetterlingsbeobachtungen wurden 2020 von nahezu 19.000 Freiwilligen gemeldet. 2020 wurde zum zweiten Mal von Blühendes Österreich in Kooperation mit ADEG und dem Österreichischen Gemeindebund der größte heimische Naturschutzpreis „Die Brennessel“ verliehen. Vom Burgenland bis Vorarlberg haben Gemeinden, NGOs, Bäuerinnen und Bauern, Vereine, Privatpersonen, Kindergärten und Schulen 95 Projekte mit einem Kostenvolumen von 1,6 Mio. Euro eingereicht. Mit einem Preisgeld von 230.000 Euro wurden insgesamt 24 herausragende Naturschutzprojekte ausgezeichnet.

Neben dem Schutz von ökologisch hochwertigen Flächen ist Bewusstseinsbildung ein wichtiger Teil von Blühendes Österreich. Um eine Breitenwirkung zu erzielen, kommunizieren BILLA, MERKUR, PENNY und ADEG regelmäßig über ihre Kanäle wie Kundenmagazine, Newsletter oder Social Media über die Initiative. Mit 1,3 Mio. Seitenaufrufen im Jahr 2020 ist die Website [bluehendesoesterreich.at](http://bluehendesoesterreich.at) die stärkste digitale Plattform für Naturtourismus und Naturcontent. Im Naturerlebnis-Portal bündelt Blühendes Österreich mehr als 80 Organisationen mit tausenden Naturveranstaltungen pro Jahr. Darüber



## Projekte und Förderungen

hinaus werden wöchentlich hochwertige Text-, Bild- und Videobeiträge zu Natur-, Biodiversitäts- und Nachhaltigkeitsthemen veröffentlicht. Mehr als 80.000 Fans auf Facebook und über 26.000 Newsletter-Bezieher:innen interessieren sich für die Naturbeiträge von Blühendes Österreich.

### BILLA

Mehr als 200.000 Menschen zwischen Boden- und Neusiedlersee frieren in ihren eigenen vier Wänden – ein warmes Zuhause ist längst keine Selbstverständlichkeit mehr. Die Heizkosten sind zu hoch, das Einkommen und die Pension zu niedrig. Ältere Menschen sind ebenso betroffen wie alleinerziehende Mütter und Väter oder Menschen, die von heute auf morgen arbeitslos geworden sind. Durch die Aktion „Funken Wärme“ erhalten Menschen in Notsituationen in den 36 Sozialberatungsstellen der Caritas, umfangreiche Energieberatung, Heizkostenzuschüsse oder die Reparatur von defekten Heizungen.

Im Rahmen der Nachhaltigkeitswochen 2020 unterstützte BILLA mit der „Aktion Glückskind“ notleidende Familien in Österreich. Pro bestimmtem verkauften Produkt spendet der Lebensmittelhändler einen gewissen Betrag für Kinder in Not in Österreich und ermöglicht ihnen damit eine Chance auf eine bessere Zukunft. Die Spende wird über die österreichweiten Sozialberatungsstellen der Caritas an besonders von Armut betroffenen Familien, etwa für dringend benötigte Schulmaterialien oder zur Überbrückung unerwarteter finanzieller Engpässe, ausgegeben. Die „Aktion Glückskind“ und „Funken Wärme“ der Caritas werden seit 2007 jährlich von BILLA unterstützt und 2020 wurden dafür jeweils 100.000 Euro gespendet. Der WEISSE RING hilft Opfern von Straftaten mit professioneller Beratung und Betreuung, psychosozialer und juristischer Prozessbegleitung und in Notfällen auch durch materielle Unterstützung – rasch, kostenlos und unbürokratisch. Für die Unterstützungsleistungen bei Überfällen unter anderem auf BILLA Filialen wurden 10.000 Euro gespendet

### MERKUR

Seit nunmehr über 25 Jahren unterstützt MERKUR gemeinsam mit seinen Kund:innen die CliniClowns, die Kinder und Erwachsene im Krankenhaus sowie Bewohner:innen von Pflegeheimen besuchen und zum Lachen bringen. Je 10 Cent fließen aus dem Verkauf einer CliniClowns Papiertragetasche an den Verein. 2020 konnten mit der übergebenen Spendensumme von über 134.000 Euro regelmäßig kleine und große Patienten an ihren Spitalsbetten besucht werden, um sie von ihrer Einsamkeit und ihren Schmerzen abzulenken und bei der

Genesung zu unterstützen.

### BIPA

Die Unterstützung von sozial benachteiligten Frauen und deren Kinder stehen im Fokus des gesellschaftlichen Engagements von BIPA. Seit 2009 unterstützt BIPA die Caritas Mutter-Kind-Häuser. In diesen 12 Häusern finden wohnungslose Mütter und ihre Kinder ein schützendes Dach über dem Kopf und Unterstützung, um sich langfristig wieder eine gesicherte Zukunft aufbauen zu können. Hier werden sie auch mit Produkten des täglichen Bedarfs versorgt und können Beratungsangebote in Anspruch nehmen. Mit Hilfe der BIPA Gutschein Cards von insgesamt 10.000 Euro monatlich wird Müttern bei der täglichen Pflege ihrer Kinder etwa mit Windeln und Hygieneprodukten sowie beim Haushaltsbedarf geholfen. Im November 2010 wurde mit der finanziellen Hilfe von BIPA sogar ein neues Mutter-Kind-Haus, das Haus Luise in Wien, eröffnet. Die gespendeten Gelder der unternehmensweiten Aktion „Aufrunden, bitte!“, sowie die Einnahmen der erfolgreichen Spendenpromotion in enger Kooperation mit dem bereits langjährigen Industrie-Partner Procter & Gamble kommen außerdem noch zusätzlich den Müttern und Kindern in den Häusern zu Gute.

Bereits seit 2017 arbeitet BIPA bei der Konfektionierung der Bonusboxen, die man gegen 250 Ös in den Filialen bekommt, mit „Jugend am Werk“ zusammen. „Jugend am Werk“ ermöglicht gemeinsam mit BIPA mit diesem Projekt Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderung eine Aufgabe. 2020 wurden so 110.000 Boxen konfektioniert. Für diese Tätigkeit waren ca. 65 Personen das ganze Jahr über im Einsatz. BIPA hat rund 4.000 Mitarbeiter:innen, wovon 98 Prozent Frauen sind. Unter seinen Kund:innen hat BIPA einen Frauenanteil von rund 90 Prozent. Es ist daher ein besonderes Anliegen, auf die Wichtigkeit der Brustkrebsvorsorge und -früherkennung aufmerksam zu machen. Um Frauen immer wieder an ihre Vorsorgeuntersuchungen und das Abtasten der Brust zu erinnern, bietet BIPA mit der Eigenmarke bi good seit einigen Jahren auch eine eigene PINK RIBBON Edition mit einer Abtastanleitung direkt auf der Verpackung an. Diese soll Frauen zur Selbstkontrolle animieren und zwar direkt dort, wo man sie problemlos anwenden kann – unter der Dusche. Ein Teil des Erlöses der PINK RIBBON limited Edition von bi good unterstützt dabei finanziell die Österreichische Krebshilfe.

### ADEG

ADEG und deren selbständigen Kaufleuten ist soziales und gesellschaftliches Engagement, die Erhaltung der lokalen Nah-



## Projekte und Förderungen

versorgung sowie die Förderung von Österreichs Regionen ein besonderes Anliegen. Dies zeigt sich in der Projekt-Vielfalt, die die ADEG Kaufleute in ihrer Heimat vorantreiben, fördern und unterstützen. Vom Pflanzen einer Schmetterlingswiese, über die Unterstützung von Vereinen, der Lebensmittel-Versorgung von Altersheimen und das unkomplizierte Etablieren von Lieferservices für ältere Menschen während der Corona-Krise bis hin zur Spenden-Sammlung für Kinder in Not.

Das Projekt „genießBar“ zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung wird wiederum von ADEG Kaufmann Michael Kulcsar in Unken regelmäßig mit Produkten, die nicht mehr verkauft werden dürfen, aber „genießBar“ sind, versorgt. ADEG Kauffrau Renate Prax aus Sachsenburg unterstützt ihrerseits die Lebenshilfe in Kärnten durch die Bereitstellung von Verkaufsfläche für die in den Werkstätten gefertigten Produkte. ADEG Kaufmann Hubmann aus Stainz gilt als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit und hat als einer der Ersten einen „Liquid Dispenser“ – ein Gerät zur Wiederbefüllung von Mehrweg-Gebinden - in seinem Markt. ADEG Kaufmann Mit seinem ADEG Markt in Möderbrugg zeigt Gernot Piber zukunftsreife Lösungen für den ganzen Lebensmittelhandel auf. Der Steirer setzte bei der Energieerzeugung an und verwirklichte ein regeneratives Energiekonzept. Ein besonderes Anliegen ist ihm E-Mobilität, weshalb er am Parkplatz des Marktes sechs Ladestationen zur Verfügung stellt.



### REWE AUSTRIA TOURISTIK

Die REWE Austria Touristik unterstützt seit 2012 die internationale Initiative Plant-for-the-Planet. Basierend auf der Idee 1.000 Milliarden Bäume bis 2050 zu pflanzen und damit 25 Prozent des menschengemachten CO<sub>2</sub> zu binden, hat die Organisation das Ziel, dass sich Kinder vernetzen, um der Klimakrise entgegenzuwirken und Entscheidungsträger auf die Problematik aufmerksam zu machen. Seit Beginn der Zusammenarbeit fördert die REWE Austria Touristik diese Aktion mit der Pflanzung eines Baumes für jeden Gast, der bei BILLA Reisen oder Jahn Reisen Austria eine Flugreise bucht. Bis Ende 2020 wurden rund 470.000 Bäume gepflanzt. Die durch die REWE Austria Touristik gepflanzten Bäume befinden sich hauptsächlich in einem Aufforstungsprojekt in Mexiko (Campeche) und einem weiteren in Malaysia (Gebiet von Kuala Gula). 500 Menschen verdienen durch das Baumprojekt in Constitucion, Mexiko ein überdurchschnittliches Einkommen und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Reduktion. Ein weiterer Bestandteil der Kooperation ist die gemeinsame Durchführung von Akademien, in denen Kinder und Jugendliche zu Zukunftsbotschafter:innen ausgebildet werden.



# Kinderschutz

## MANAGEMENTANSATZ

Jährlich sind Millionen Kinder von Ausbeutung und sexueller Gewalt betroffen. In vielen Fällen wird die touristische Infrastruktur von reisenden Sexualstraftätern hierzu missbraucht. Aus diesem Grund trägt die Reisebranche eine besondere Verantwortung, sich des Kinderschutzes anzunehmen.

Nachhaltigkeit ist als fester Bestandteil in die Unternehmensprozesse der REWE Group in Österreich integriert und wird durch eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier zentralen Säulen „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“ sichergestellt.

Im Rahmen der Säule „Gesellschaftliches Engagement“ wurden darüber hinaus vier Handlungsfelder definiert, um zielgerichtete Maßnahmen zu entwickeln: Bewusste Ernährung und Bewegung, Chancen für Kinder und Jugendliche, Bewusster Umgang mit Lebensmitteln sowie Artenvielfalt und Umweltschutz. Mit den Aktivitäten im Handlungsfeld Chancen für Kinder und Jugendliche verfolgt die REWE Group in Österreich unter anderem das Ziel, den Schutz der Kinder zu gewährleisten.

## LOKALE GEMEINSCHAFTEN

### GRI 413

Die DER Touristik vertritt eine sehr ambitionierte Kinderschutzpolitik. Im Jahr 2012 definierte sie innerhalb ihrer Kinderschutzpolitik Grundsätze, die die Kinder des Urlaubslandes sowie Kinder von Gästen schützen und die der Wahrung ihrer Rechte innerhalb der Tourismuswirtschaft dienen. Die Kinderschutzpolitik wird deutlich an allen Destinationen kommuniziert und ist ein zentraler Themenschwerpunkt innerhalb eines Schulungskonzepts für die Mitarbeiter:innen in den Zielgebieten (Hotelmitarbeiter:innen und Reiseleiter:innen). Sie werden so für das Thema sensibilisiert und lernen, wie mit Verdachtsfällen umzugehen ist. Im Berichtsjahr setzte die DER Touristik ein digitales Bloggerevent um, um die internationale Plattform „Nicht Wegsehen“, auf der Verdachtsfälle und Straftaten gemeldet werden können, zu bewerben. Außerdem beteiligte sich die DER Touristik an der Arbeitsgruppe Kinderschutz im Deutschen Reiseverband (DRV) und führte gemein-

sam mit verschiedenen Verbänden sowie in Zusammenarbeit mit ECPAT Deutschland e.V. und „The Code“ Aktivitäten zur Information und Sensibilisierung durch.

Aufgrund der Corona-Pandemie konnte die DER Touristik weitere geplante Aktivitäten im Jahr 2020 nicht umsetzen. Im Normalfall werden jährlich eine Reihe von Maßnahmen durchgeführt – dazu zählen Destinationsworkshops oder Schulungen zu den Themen Menschenrechte, Nachhaltigkeit und Kinderschutz für Mitarbeiter:innen und Auszubildende der DER Touristik.

Die REWE Group verfolgt darüber hinaus das Ziel, Kinderarbeit systematisch zu bekämpfen. Im Berichtsjahr setzte die DER Touristik ein digitales Bloggerevent um, um die internationale Plattform „Nicht Wegsehen“, auf der Verdachtsfälle und Straftaten gemeldet werden können, zu bewerben. Außerdem beteiligte sich die DER Touristik an der Arbeitsgruppe Kinderschutz im Deutschen Reiseverband (DRV) und führte gemeinsam mit verschiedenen Verbänden sowie in Zusammenarbeit mit ECPAT Deutschland e.V. und „The Code“ Aktivitäten zur Information und Sensibilisierung durch.

Aufgrund der Corona-Pandemie konnte die DER Touristik weitere geplante Aktivitäten im Jahr 2020 nicht umsetzen. Im Normalfall werden jährlich eine Reihe von Maßnahmen durchgeführt – dazu zählen Destinationsworkshops oder Schulungen zu den Themen Menschenrechte, Nachhaltigkeit und Kinderschutz für Mitarbeiter:innen und Auszubildende der DER Touristik.

## GESCHÄFTSTÄTIGKEITEN MIT ERHEBLICHEN TATSÄCHLICHEN ODER POTENZIELLEN NEGATIVEN AUSWIRKUNGEN AUF LOKALE GEMEINSCHAFTEN

### GRI 413-2

Im Bereich Tourismus engagiert sich die REWE Group für die Bekämpfung sexueller Ausbeutung von Minderjährigen und Gewalt gegen Kinder. In Kooperation mit der Nichtregierungsorganisation ECPAT Deutschland e.V. setzen sich die DER Touristik und insbesondere auch der Geschäftsreiseanbieter DER Business Travel für den Schutz vor sexueller Ausbeutung von Kindern ein.



## **FOLGENDE AKTIVITÄTEN WURDEN IM BERICHTSJAHR VON DER DER TOURISTIK DURCHFÜHRT:**

Im Berichtsjahr setzte die DER Touristik ein digitales Bloggerevent um, um die internationale Plattform „Nicht Wegsehen“, auf der Verdachtsfälle und Straftaten gemeldet werden können, zu bewerben. Außerdem beteiligte sich die DER Touristik an der Arbeitsgruppe Kinderschutz im Deutschen Reiseverband (DRV) und führte gemeinsam mit verschiedenen Verbänden sowie in Zusammenarbeit mit ECPAT Deutschland e.V. und „The Code“ Aktivitäten zur Information und Sensibilisierung durch.

Aufgrund der Corona-Pandemie konnte die DER Touristik weitere geplante Aktivitäten im Jahr 2020 nicht umsetzen. Im Normalfall werden jährlich eine Reihe von Maßnahmen durchgeführt – dazu zählen Destinationsworkshops oder Schulungen zu den Themen Menschenrechte, Nachhaltigkeit und Kinderschutz für Mitarbeiter:innen und Auszubildende der DER Touristik.

Die REWE Group verfolgt darüber hinaus das Ziel, Kinderarbeit systematisch zu Im Berichtsjahr setzte die DER Touristik ein digitales Bloggerevent um, um die internationale Plattform „Nicht Wegsehen“, auf der Verdachtsfälle und Straftaten gemeldet werden können, zu bewerben. Außerdem beteiligte sich die DER Touristik an der Arbeitsgruppe Kinderschutz im Deutschen Reiseverband (DRV) und führte gemeinsam mit verschiedenen Verbänden sowie in Zusammenarbeit mit ECPAT Deutschland e.V. und „The Code“ Aktivitäten zur Information und Sensibilisierung durch.

Aufgrund der Corona-Pandemie konnte die DER Touristik weitere geplante Aktivitäten im Jahr 2020 nicht umsetzen. Im Normalfall werden jährlich eine Reihe von Maßnahmen durchgeführt – dazu zählen Destinationsworkshops oder Schulungen zu den Themen Menschenrechte, Nachhaltigkeit und Kinderschutz für Mitarbeiter:innen und Auszubildende der DER Touristik.



## **Impressum**

Herausgeber: REWE International AG  
Industriezentrum NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16  
A-2355 Wiener Neudorf, Tel.: +43 (0) 2236/600-0  
E-Mail: [nachhaltigkeit@rewe-group.at](mailto:nachhaltigkeit@rewe-group.at)  
Homepage: [www.gemeinsam-nachhaltig.at](http://www.gemeinsam-nachhaltig.at)  
Gestaltung: Marian Inhouse-Agentur der REWE Group

**BILLA**

**PENNY** MARKT

**BIPA**

**ADEG**