

Nachhaltig- keitsbericht

REWE Group in Österreich 2021



gemeinsam
NACHHALTIG

Inhalt



Vorwort.....	4
--------------	---

MANAGEMENT..... 5

Unternehmensporträt.....	6
--------------------------	---

Mitarbeiterstruktur	9
---------------------------	---

Lieferkette.....	10
------------------	----

Risikomanagement.....	10
-----------------------	----

Brancheninitiativen und Mitgliedschaften	11
--	----

Grundsätze und Leitlinien	13
---------------------------------	----

Compliance	14
------------------	----

Nachhaltigkeitsstrategie	17
--------------------------------	----

Stakeholderdialog.....	20
------------------------	----

Wesentlichkeitsanalyse.....	22
-----------------------------	----

Berichtsprofil.....	25
---------------------	----

Wirtschaftliche Leistung	29
--------------------------------	----

Zusammenarbeit mit Politik	31
----------------------------------	----

Datenschutz.....	32
------------------	----

GRÜNE PRODUKTE..... 34

Produktbezogene Risikoanalysen.....	39
-------------------------------------	----

Regionalität.....	40
-------------------	----

Fokusrohstoffe – Food	42
-----------------------------	----

Fokusrohstoffe – Non-Food.....	44
--------------------------------	----

Bio	46
-----------	----

Verpackungen	47
--------------------	----

Biodiversität	49
---------------------	----



Inhalt

Ökologische Aspekte in der Lieferkette.....	50
Soziale Aspekte in der Lieferkette	53
Kundengesundheit und Produktsicherheit	57
Nachhaltigen Konsum fördern	60
Tierwohl	62
Kinder- und Zwangsarbeit	64
Ernährung	66
ENERGIE, KLIMA UND UMWELT	68
Materialien	72
Energie.....	74
Wasser	79
Klimaschutz	80
Abfall	85
MITARBEITER:INNEN	87
Beschäftigung	90
Arbeitnehmer- Arbeitgeber-Verhältnis	94
Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement	95
Aus- und Weiterbildung.....	98
Vielfalt und Chancengleichheit.....	101
Gleichbehandlung	105
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT	106
Projekte und Förderungen.....	108
Kinderschutz	113



Vorwort

Konsequent nachhaltig in herausfordernden Zeiten

Wir blicken mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht 2021 auf zwei Jahre Corona-Pandemie zurück, die für uns als Lebensmittelhändler Herausforderungen mit sich gebracht hat, wie wir sie noch nie erlebt haben. Wir haben in dieser Zeit dank der Top-Leistung unserer Mitarbeiter:innen nicht nur die österreichischen Bevölkerung sicher und verlässlich versorgt, sondern weiter konsequent Kurs auf unsere strategischen Ziele gehalten. Und eine der strategischen Säulen der REWE Group in Österreich ist Nachhaltigkeit. Denn wir sind überzeugt davon, dass nachhaltiges Wirtschaften und die Berücksichtigung ökologischer und gesamtgesellschaftlicher Aspekte Haltung und Voraussetzungen für den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens gleichermaßen sind.

Wir haben daher auch in diesen herausfordernden Zeiten eine Vielzahl von Nachhaltigkeits-Maßnahmen auf den Weg gebracht und erfolgreich umgesetzt. Zum Beispiel haben wir unser Bio-Angebot signifikant erweitert: Um noch mehr Konsument:innen einen bewussten Genuss zu ermöglichen, hat BILLA mit BILLA Bio eine zweite Bio-Marke in die Regale gebracht, die mit mittlerweile 140 Produkten unseren Bio-Pionier Ja! Natürlich ergänzt. Und auch PENNY hat das ECHT BIO!-Sortiment auf bereits 140 Artikel noch einmal kräftig ausgebaut.

Einen spürbaren Beitrag für umweltschonende kurze Transportwege hat BILLA mit einer Regionalitätsoffensive eingeleitet. Das Angebot regionaler/lokaler Produkte wurde 2021 um 20 Prozent auf 25.000 gesteigert. Und mit den Lokalpartnerschaften soll noch mehr kleinen und kleinsten heimischen Lieferanten eine Vertriebsbühne geboten werden. Auch unser Drogeriefachhändler BIPA zeigt Flagge, um unseren Kund:innen einen bewussteren Konsum zu ermöglichen. Mit noch mehr nachhaltigen Produkten, die außerdem seit 2021 mit dem grünen Etikett gut erkennbar gekennzeichnet sind, das sich am Gütezeichen-Guide von GREENPEACE orientiert.

PENNY wiederum hat ein starkes Zeichen gegen Luft- und Lärmverschmutzung gesetzt und als erster heimischer Händ-

ler Feuerwerks-Artikel aus dem Sortiment genommen. Und als Signal für den Schutz davon besonders betroffener Haustiere zusätzlich Patenschaften für Tierheim-Hunde übernommen.

Ein wichtiges Arbeitsfeld ist natürlich Transport und Logistik: Verringern der Distanzen, hohe Auslastung, effiziente Technik und angepasstes Fahrverhalten stehen ganz oben auf der Liste. Bei Dienstautos konnte der Anteil der Fahrzeuge mit Elektroantrieb ausgebaut werden. Autos von Kund:innen sowie Unternehmensfahrzeuge konnten 2021 an 63 Standorten 818.000 kWh Grünstrom laden und somit nachhaltig angetrieben werden.

Auch unsere gesellschaftliche Verantwortung haben wir konsequent weiter wahrgenommen: gemeinsam mit unseren Kund:innen konnten wir in zahlreichen Spendenaktionen vielen Menschen in schwierigen Lebenssituationen unter die Arme greifen und in unterschiedlichen Projekten mit unseren karitativen Partnerorganisationen einen relevanten Hilfsbeitrag leisten.

Auch in Bezug auf unsere Mitarbeiter:innen konnten wir unseren nachhaltigen Erfolgsweg fortsetzen und den Anteil von Menschen mit Behinderung in unserem Unternehmen in den letzten Jahren weiter deutlich ausbauen.

Alle angeführten Beispiele – von denen Sie noch viele weitere in diesem Bericht finden –, alle Aktivitäten unserer Handelsfirmen zählen in das große Ganze ein: unsere gemeinsamen Nachhaltigkeitsziele, die wir konsequent mit einem Mix unterschiedlicher Maßnahmen weiterverfolgen werden. Vom Ausbau unserer Photovoltaik-Kapazitäten – unter anderem auf unseren Lagerstandorten –, die wir alleine im Jahr 2021 um 41 Prozent steigern konnten, bis hin zu gemeinsamen Initiativen mit Industrie und Politik. So unterstützen wir mit dem klimaaktiv Pakt die österreichischen Klimaziele und gehen mit unserem Unternehmen noch einen großen Schritt weiter: Bis 2040 wollen wir klimaneutral wirtschaften.



Ihr Marcel Haraszti, Michael Jäger, Christoph Matschke (v.l.n.r.)
Vorstand 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 2.652 Filialen ihrer Handelsfirmen BILLA, BILLA Plus, PENNY, BIPA und ADEG und mit 45.338 Mitarbeiter:innen einer der größten Arbeitgeber Österreichs. Mit rund 1,9 Millionen Kund:innen täglich erreicht das Unternehmen mehr Menschen als jedes andere heimische Unternehmen.

021 betrieb das Unternehmen mit der Organisationseinheit Handel International mit Hauptsitz in Wiener Neudorf 4.401 Filialen in neun Ländern mit 89.223 Beschäftigten. In Österreich erwirtschaftete das Unternehmen einen Bruttoumsatz von 9,21 Milliarden Euro.

Über BILLA, BILLA Plus, PENNY, BIPA und ADEG vertreibt die REWE Group in Österreich an die 60 Eigenmarken wie „Ja! Natürlich“, „BILLA Bio“, „clever“, „Simply Good“, „Wegenstein“, „Vegavita“ oder „bi good“. Auch am österreichischen Touristik Markt ist der Handelskonzern mit ITS BILLA Reisen, JAHN REISEN 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, der Slowakei und Tschechien, der Discounter PENNY in Italien, Rumänien, Tschechien und Ungarn, der Drogeriefachhändler BIPA in Kroatien und 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 vier 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 Haraszi, Christoph Matschke, Espen Larsen und Michael Jäger.





MÄRKTE UND LÄNDER MIT GESCHÄFTSTÄTIGKEITS-SCHWERPUNKT

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 über 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) 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. Nach der internen Zusammenlegung von BILLA und MERKUR 2020 sowie der Schaffung von sieben Regionalzentralen, wurde im April 2021 MERKUR zu BILLA Plus und damit Teil der BILLA Familie. Im Berichtszeitraum verkaufte die REWE International AG sämtliche Anteile ihrer Beteiligungen in Russland (BILLA OOO

und BILLA Reality OOO) und damit ihr operatives Vollsortimentsgeschäft mit 161 BILLA Supermärkten im Großraum Moskau. Die REWE International AG legt künftig den Fokus ihrer internationalen Aktivitäten im Vollsortiment CEE (BILLA, IKI) auf das Geschäft in den EU-Märkten.

Unternehmenszahlen der REWE Group in Österreich¹

	2020	2021	VERÄNDERUNG
Brutto-Umsatz (Mrd. Euro)	9,07	9,21	1,54 %
Lebensmittelhandel (Mrd. Euro) ²	8,29	8,39	1,25 %
Drogeriefachhandel (Mrd. Euro) ³	0,75	0,77	2,99 %
Touristik (Mrd. Euro) ⁴	0,03	0,05	44,25 %
Mitarbeiter:innen (per 31.12.)⁵	45.259⁶	45.338	79
Anzahl der Standorte (per 31.12.)	2.574	2.652	78
Lebensmittelhandel	1.990	2.075	85
Drogeriefachhandel	584	577	-7

¹ Umfasst gesamte Geschäftstätigkeit der REWE Group am österreichischen Markt

² Lebensmittelhandel inkludiert die Vertriebsketten BILLA, MERKUR, PENNY und ADEG inklusive Großhandel

³ Drogeriefachhandel repräsentiert durch BIPA

⁴ 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)

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

⁶ Wert gegenüber Fact Sheet Vorjahr angepasst aufgrund von vorübergehendem Personalstand während der Pandemie 2020

Filialanzahl der REWE Group in Österreich 2020

BILLA	1.124
MERKUR	143
PENNY	305
BIPA	577
ADEG	366



REWE INTERNATIONAL AG

MARKEN & BETRIEBE

EIGENMARKEN

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



MEDIEN

MAXFIVE, REWE Group Verlag



WEINKELLEREI WEGENSTEIN



FLEISCHVERARBEITUNG



TOURISTIK

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



GENUSSKÜCHE

HANDELSFIRMEN

BILLA



BILLA PLUS



PENNY



BIPA



ADEG & AGM



DIENTSTLEISTER

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 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 45.259 (2020) auf 45.338 (2021). 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 89.223 Mitarbeiter:innen. Nicht im Geltungsbereich enthalten sind die selbständigen Kaufleute mit Ihren Mitarbeiter:innen von ADEG und Sutterlüty. Rund 2.200 Lehrlinge wurden 2021 in den Handelsfirmen und Zentralbereichen ausgebildet. Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten (ohne geringfügig Beschäftigte und Lehrlinge) lag im Berichtszeitraum wie auch in den Vorjahren bei rund 44 Prozent. Der Anteil der unbefristeten Beschäftigten betrug 2021 über 89 Prozent.

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

	2019	2020	2021
Weiblich	91,7	91,2	89,5
Männlich	90,1	90,2	88,4
Gesamt	91,3	90,9	89,2

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

	2019	2020	2021
Weiblich	56,9	56,5	55,2
Männlich	12,9	13,9	13,00
Gesamt	45,4	45,2	43,8

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 2021 durchschnittlich 11,4 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 2021 in Summe über 9,3 Millionen Euro betrug.

Seit 2010 wurde auch die Möglichkeit einer privaten Pensionsvorsorge institutionalisiert, die 2021 von über 2.250 Mitarbeiter:innen in Anspruch genommen wurde. Zudem werden den Mitarbeiter:innen im Zentralbereich und den Lägern von den jeweiligen Handelsfirmen Essenszuschüsse gewährt, die 2021 über 472.000 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 logistischen 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 der REWE Group für das Geschäftsjahr 2021.

Analyse der sozialen und ökologischen Risiken in den Lieferketten

Um das Thema Nachhaltigkeit im Bereich der Lieferketten gezielt umzusetzen, arbeitet die 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 bei nachhaltigem Handeln, bei Umwelt- und Tierschutz, bei bewusster Ernährung und vielem mehr. Für viele Nachhaltigkeits Herausforderungen 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 REWE Group in Österreich ist Mitbegründerin der Plattform 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 Nachhaltigkeitsagenda 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) 2021 mit rund 20 Prozent gegenüber 2020 stabil gehalten werden.

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.



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.

KLIMAAKTIV PAKT2030

Der klimaaktiv pakt2030 ist ein freiwilliges, glaubwürdiges und transparentes Bündnis mit dem Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie und 12 österreichischen Großunternehmen mit dem Anliegen, im Rahmen des betrieblichen Klimaschutzes die österreichischen Klimaziele bis 2030 zu erreichen. Durch die Teilnahme am klimaaktiv Pakt setzen sich Unternehmen das ehrgeizige Ziel, ihre Treibhausgase bis 2030 um mindestens 50 Prozent zu reduzieren (Basis 2005). 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 Lebensmittel an Konsument:innen und Schüler:innen zu vermitteln. Über eine Webplattform werden umfangreiche Informationen, Bilder und Videos zur Produktion und Verarbeitung von Lebensmittel veröffentlicht. Dabei wird eine realitätsnahe Darstellung angestrebt, vor allem bei Themen wie Tierhaltung und Einsatz von Pflanzenschutzmitteln. 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 vereint unberührte Natur, weite Almweiden 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. Über die Hälfte dieser Flächen 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 Unterstützer 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.

VERBAND DER ÖSTERREICHISCHEN TAFELN

Der Verband der österreichischen Tafeln übernimmt als Schnittstelle die Koordination zwischen Warenspende:innen und den einzelnen Tafeln, um genusstaugliche Lebensmittel retten und verteilen zu können. Als Gründungsmitglied der Aktionsplattform Lebensmittelhandel unterstützt die RIAG den Verband mit ihren Bestrebungen, diese Lebensmittel noch effizienter zu retten und Armutsbetroffenen zukommen zu lassen.



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 die Kund:innen. 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 bisher 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.



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.

Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik

GRI 102-17

Korruptionsbekämpfung

GRI 205

Wettbewerbswidriges Verhalten

GRI 206

Umwelt-Compliance

GRI 307

Sozioökonomische Compliance

GRI 419

GRUNDSÄTZE

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 Mitarbeiter:innen – einschließlich Führungskräften sowie Geschäftsleitung – verpflichtend sind.

VERANTWORTLICHKEIT

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. Diesem stehen in den jeweiligen Geschäftseinheiten und Landesgesellschaften dezentrale Compliance Officer als kompetente Ansprechpartner:innen zur Verfügung. Für die REWE Group in Österreich war das 2021 das Vorstandsmitglied Christoph Matschke. Als Bestandteil des

Compliance- Management-Systems (CMS) der REWE Group wurden diverse Verhaltensrichtlinien für Führungskräfte und Mitarbeiter:innen implementiert sowie eine externe Ombudsperson bestellt.

ZIEL

Das CMS 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. Das CMS fokussiert sich auf rund 120 Gesellschaften der REWE Group, die nach bestimmten Kriterien wie Umsatzgröße und Mitarbeiter:innenanzahl ausgewählt werden. Damit wird ein hoher Abdeckungsgrad erreicht. Zukäufe werden sukzessive in das CMS integriert.

UMSETZUNG

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 – dazu zählen Risk-Assessments, Schulungen und Beratungen. 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 vorbereitet. Ziel der Prüfung ist die kontinuierliche Verbesserung des bestehenden Systems. Hierzu wurden bis Ende 2018 Prozesse und Arbeitspakete erarbeitet und implementiert. Ressourcenbedingt und aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie konnten einzelne der definierten Arbeitspakete 2021 nicht konzernweit umgesetzt werden. Daher verzögert sich die Durchführung der Angemessenheitsprüfung als zweite Zertifizierungsstufe für die im Compliance-Scope befindlichen Gesellschaften.

Seit 2016 verantwortet der Zentralbereich Governance & Compliance das Konzern-Richtlinienmanagement der REWE Group. Dafür wurde ein unternehmensweiter Prozess implementiert. Alle Compliance-relevanten Konzernrichtlinien sind in einem interaktiven IT-Tool für sämtliche Mitarbeiter:innen zugänglich. Sie werden über alle Änderungen und Neuerungen zu relevanten Konzernrichtlinien unter anderem über das Intranet informiert.

Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik

GRI 102-17



In jedem Geschäftsfeld der REWE Group stehen allen Mitarbeiter:innen bei Compliance-Fragen dezentrale Compliance Officer (DCO) gemeinsam mit den Compliance-Delegierten zur Verfügung. Gleiches gilt für den Zentralbereich Governance & Compliance. Alle Beschäftigten der REWE Group haben die Möglichkeit, sich bei Fragen zu Compliance-Themen jederzeit und anonym an diese Ansprechpartner:innen zu wenden. Dies kann schriftlich, per Mail oder über die für diesen Zweck eingerichteten Hotlines erfolgen.

Verstöße gegen gesetzliche Vorgaben oder interne Regelungen, insbesondere in Bezug auf Korruption, können über ein konzernweites Hinweisgebersystem gemeldet werden. Es dient dazu, ein unternehmensweit einheitliches und transparentes Vorgehen im Umgang mit Compliance-Hinweisen sicherzustellen. Formelle Beschwerden können aber auch an unterschiedliche Bereiche der REWE Group, beispielsweise Management, Compliance, Qualitätsmanagement, Einkauf oder direkt an die Märkte, gerichtet sein.

Sämtliche Mitarbeiter:innen der REWE Group und Dritte – etwa Lieferanten oder Geschäftspartner – können Hinweise an die zuständigen Compliance Officer oder eine externe Ombudsperson melden. Ein Compliance-Hinweis liegt bei einem Verdacht auf eine Straftat, Ordnungswidrigkeit oder einem anderen (auch internen) Regelverstoß vor. Dazu zählen insbesondere Korruptionsvorfälle oder Kartellverstöße.

Nach der systematischen Erfassung des Hinweises im Compliance-Hinweistool erfolgt eine Zuordnung zum Zentralbereich Governance & Compliance oder dem zuständigen DCO. Anschließend erfolgt die Aufklärung des Sachverhalts, beispielsweise durch die Konzernrevision, die Marktrevision, externe Rechtsanwälte oder die interne Compliance-Organisation. 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 Verantwortlichkeit der operativen Einheiten. Nach der Aufklärung erhalten Hinweisgeber:innen eine Bestätigung über den Abschluss. Sofern sich ein Hinweis nicht bestätigt hat, werden alle personenbezogenen Daten im Einklang mit den lokal geltenden datenschutzrechtlichen Vorgaben gelöscht.

Für 2022 ist zudem die Einführung eines konzernweiten webbasierten Meldekanals geplant, der sowohl von Mitarbeiter:innen als auch Dritten genutzt werden kann, um Compliance-Hinweise mitzuteilen. Die Benachrichtigung kann

auf Wunsch anonym erfolgen. Über eine Postfachfunktion seitens der Compliance-Organisation wird es dennoch möglich sein, mit Hinweisgeber:innen zu kommunizieren. Die Einführung dieses digitalen Meldekanals soll insbesondere auch der vollständigen Umsetzung der zu erwartenden Anforderungen aus der Richtlinie (EU) 2019/1937 vom 23.10.2019 (sogenannte Whistleblowing-Richtlinie) dienen. Deren Überführung in deutsches Recht steht zum Berichtszeitpunkt noch aus.

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 konzerneinheitliches 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 kombinierten Lagebericht für das Geschäftsjahr 2021, Seite 24–30.

Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung **GRI 205-2**

Für alle Verwaltungsmitarbeiter:innen in den Geschäftsbereichen mit Learning- Management-System gibt es das verpflichtende E-Learning „Compliance Basics“. Es schult zum richtigen Umgang mit Zuwendungen (Antikorruption). Ergänzt wird dieser Kurs durch ein weiteres E-Learning-Modul zum Thema Ethik, das im Wesentlichen die Inhalte des REWE



Group Verhaltenskodex und den Umgang mit Compliance-Hinweisen schult. Für beide Kurse wurde zudem ein Wiederholungsformat implementiert, um die Auffrischung des vermittelten Wissens sicherzustellen. Die Einführung wurde 2020 sukzessive und in mehreren Sprachen angestoßen und erfolgreich zum Jahresende vollendet. Alle Module sind seither gruppenweit auf den jeweiligen Learning-Management-Systemen verfügbar. In kleineren Gesellschaften, die bisher nicht an ein Learning-Management-System angeschlossen sind, sind die zuständigen Compliance-Bereiche verpflichtet, den Verwaltungsmitarbeiter:innen die Inhalte der E-Learnings mittels einer Präsenzschiulung zu vermitteln oder auf anderem geeigneten Weg zur Verfügung zu stellen.

Die Schulungen adressieren Führungskräfte und Mitarbeiter:innen auf Basis eines risikoorientierten Ansatzes gleichermaßen. Darüber hinaus wurden im Berichtsjahr gezielt Kurse – aufgrund der Corona-Pandemie größtenteils in Form von E-Learnings – und Workshops durchgeführt, in denen Mitarbeiter:innen auch fachspezifisch ein Compliance-konformes Verhalten vermittelt wurde. Auf diese Weise kann über einen Zeitraum von zwei bis drei Jahren eine Abdeckung der Wissensvermittlung an nahezu alle relevanten Mitarbeiter:innen erzielt werden.

Die REWE Group informiert auf ihrer Website zum Thema Compliance, insbesondere zum Hinweismanagement. Allen Mitarbeiter:innen der REWE Group stehen darüber hinaus wesentliche Compliance-Informationen über das Intranet zur Verfügung.

Gesamtzahl der Angestellten, die 2021 in der Antikorruptionspolitik bzw. Compliance und den Verfahrensweisen der Organisation geschult wurden:

- nicht Leitungsebene absolut: 521
- Leitungsebene absolut: 241

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 Verantwortlichkeit

der operativen Einheiten. 2021 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.

Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung GRI 206-1

2021 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 rechtskräftigen Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften verhängt.



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 ein 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“. Gleichzeitig sieht sich die REWE Group in Österreich mit Trends konfrontiert, die teilweise widersprüchlich sind, u.a.: Regionalität und Internationalisierung, gesunde Ernährung und Convenience Food, Tierwohl und Preissensibilität, Automatisierung und

persönliche Beratung. 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.



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

Grüne Produkte



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

Energie, Klima und Umwelt



Energieeffizienz
Klimarelevante Emissionen
Ressourcenschonung

Mitarbeiter:innen



Werte und Kultur
Ausbildung und Entwicklung
Gesundheit und Sicherheit
Beruf und Lebensphasen
Vielfalt und Chancengleichheit

Gesellschaftliches Engagement



Bewusste Ernährung und Bewegung
Chancen für Kinder und Jugendliche
Bewusster Umgang mit Lebensmitteln
Artenvielfalt und Umweltschutz



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 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 Beitrag 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 Droge-rieartikel sowie einer der größten Arbeitgeber in Österreich. Ihre Geschäftstätigkeit betrifft viele unterschiedliche Men-schen, Gruppen und Unternehmen. Daher ist der regelmäßige und transparente Austausch mit Stakeholdern ein wesent-licher 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 Wis-senschaft, die spezifischen 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, Wis-senschaft und Nichtregierungsorganisationen, sowie die eige-nen Mitarbeiter:innen. Die für die REWE Group in Österreich relevanten Stakeholdergruppen wurden im Rahmen der 2008 erarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie definiert und in den fol-genden Jahren immer wieder überprüft und adaptiert. Durch den regelmäßigen Austausch, beispielsweise bei Branchen-treffen, Fachgremien, Stakeholderdialogen und -befragungen, wird die Auswahl entsprechend den relevanten Entwicklungen adaptiert.

TEILNAHME AN BRANCHENINITIATIVEN UND PLATTFORMEN

Die REWE Group in Österreich ist in unterschiedlichen Nach-haltigkeitsinitiativen engagiert, wodurch ein regelmäßiger Austausch mit Stakeholder aus unterschiedlichen Bereichen und Branchen (siehe auch Brancheninitiativen und Mitglied-schaften) gegeben ist. Diese sind für eine breite Weiterent-wicklung 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 Ös-terreich regelmäßig repräsentative Befragungen und Studien durch. Ausgehend von der Wesentlichkeitsmatrix werden zu Topthemen vertiefende Umfragen durchgeführt.

KUND:INNEN- UND MITARBEITER:INNEN-KOMMUNIKATION

NACHHALTIGKEITSWOCHEN

Ohne die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Partnerunterneh-men wäre es nicht möglich, Nachhaltigkeit im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel voranzutreiben. Seit 2010 finden daher bei BILLA, BILLA Plus, BIPA und ADEG die Nachhal-tigkeitswochen 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 wichti-ge Thema zu begeistern.

Durch diese Initiative soll Nachhaltigkeit gemeinsam mit ver-antwortungsvollen Partnern aus der Industrie anhand von Pro-dukten 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 Kon-sum. Dabei stehen Eigenmarkenprodukte und Produkte von Industriepartnern im Mittelpunkt, die einen nachhaltigeren Mehrwert in Hinblick auf gesunde Ernährung, Klima- und Um-weltschutz, Biodiversität, soziales Engagement und Ähnliches bieten (z.B. Bio-Produkte, klimafreundliche oder stromspa-rende 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, bearbeiteten 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 Schwerpunkt-

seiten kommuniziert. Die Flugblatt-Kommunikation musste allerdings auf Grund der COVID-19 Pandemie im Berichtszeitraum auch auf die speziellen Rahmenbedingungen adaptiert werden.

„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	2.950.000
PENNY	2.400.000
BIPA	3.000.000
ADEG	650.000

Auflage Kundenmagazine

HANDELSFIRMA	AUFLAGE
Frisch Gekocht	700.000
Frisch Gekocht Kids	200.000
Maxima	290.000
Schmankerl Post	150.000
Land & Leut´	100.000

Unique Visitors der Websites pro Woche

WEBSITE	VISITORS
BILLA	382.769
PENNY	69.500
BIPA	136.000
ADEG	5.000



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 Instrumenten wie beispielsweise Stakeholderdialoge und produktbezogenen Risikoanalysen ist die Wesentlichkeitsanalyse eine Methode, mit der wichtige 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.

Die letzte Aktualisierung der Wesentlichkeitsanalyse der REWE Group in Österreich erfolgte Ende 2020. Dabei bildeten die Ergebnisse der vorangegangenen Analysen 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. Das Ergebnis zeigte eine Liste von 19 Nachhaltigkeitsthemen auf.

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.

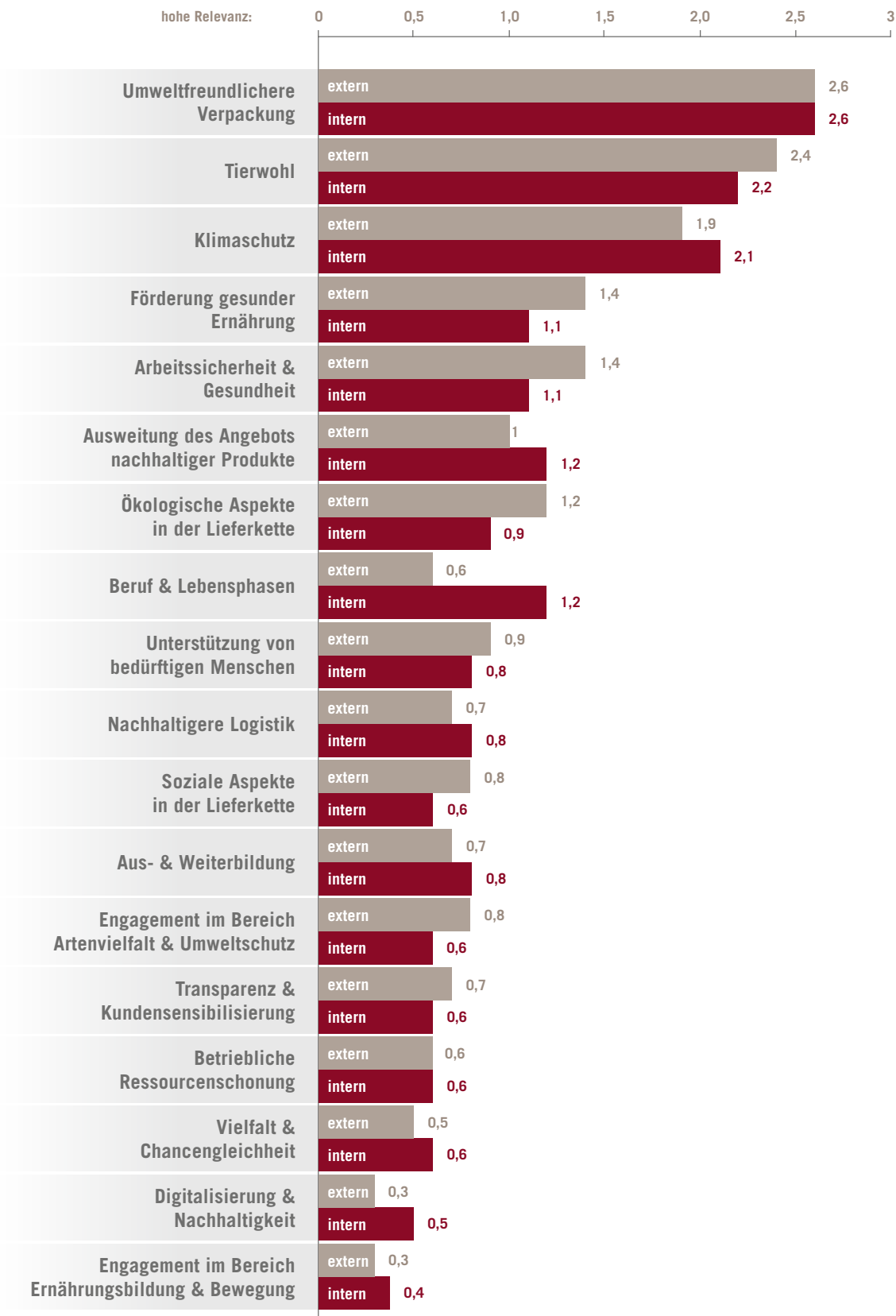
Zusätzlich zu der Priorisierung der 19 Themen hatten die Befragten die Möglichkeit, ihre konkreten Erwartungen zu ihrem „Top-Thema“ ungestützt zu äußern. In Bezug auf umweltfreundlichere Verpackung nannte ein Großteil der Befragten Reduktion bzw. Vermeidung von Plastik (insbesondere bei Obst und Gemüse) 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 der 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





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)
- Tierwohl: Tierwohl (FP10)
- Transparenz für Kunden: 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)
- Unterstützung von Bedürftigen: Lokale Gemeinschaften (GRI 413)

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- Dialog: Allgemeine Angaben (GRI 102)
- Faire Geschäftsbeziehungen: Wettbewerbswidriges Verhalten (GRI 206)
- Digitalisierung & Nachhaltigkeit: Datenschutz (GRI 418)
- 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 in 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 2020.

Berichtszeitraum GRI 102-50

Der Nachhaltigkeitsbericht der REWE Group in Österreich 2021 bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2021 (1. Januar 2021 bis 31. Dezember 2021).

Datum des letzten Berichts GRI 102-51

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

Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards GRI 102-54

Der Nachhaltigkeitsbericht 2021 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 Mitarbeitern
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



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



Externe Prüfung GRI 102-56

Die Eingangsdaten der Klimabilanz wurden durch 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

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 2021 um 1,54 Prozent auf 9,21 Milliarden Euro.

Unternehmenszahlen der REWE Group in Österreich¹

	2020	2021	VERÄNDERUNG
Brutto-Umsatz (Mrd. Euro)	9,07	9,21	1,54 %
Lebensmittelhandel (Mrd. Euro) ²	8,29	8,39	1,25 %
Drogeriefachhandel (Mrd. Euro) ³	0,75	0,77	2,99 %
Touristik (Mrd. Euro) ⁴	0,03	0,05	44,25 %

¹ Umfasst gesamte Geschäftstätigkeit der REWE Group am österreichischen Markt

² Lebensmittelhandel inkludiert die Vertriebsketten BILLA, MERKUR, PENNY und ADEG inklusive Großhandel

³ Drogeriefachhandel repräsentiert durch BIPA

⁴ 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)

	2020	2021	VERÄNDERUNG
Mitarbeiter:innen (per 31.12.) ⁵	45.259 ⁶	45.338	79
Anzahl Standorte gesamt (per 31.12.)	2.574	2.652	78
Anzahl Standorte Lebensmittelhandel ^l	1.990	2.075	85
Anzahl Standorte Drogeriefachhandel	584	577	-7

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

⁶ Wert gegenüber Fact Sheet Vorjahr angepasst aufgrund von vorübergehendem Personalstand während der Pandemie 2020



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 2021 von über 2.250 Mitarbeiter:innen in Anspruch genommen wurde. Die Beiträge zur betrieblichen Altersvorsorge (von Arbeitnehmer:innen und Arbeitgeber) betrugen im Berichtszeitraum 569.100 Euro. Der Anteil der Teilnehmer an der betrieblichen Altersvorsorge (an der Summe aller Bezugsberechtigten) war 4,9 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 2021 durchschnittlich 11,4 Prozent. Darüber hinaus bietet das Unternehmen allen Mitarbeiter:innen auf jeden Einkauf einen Rabatt, der 2021 in Summe über 9,3 Millionen Euro betrug.





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.

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

Technologische Entwicklungen schaffen immer wieder neue Möglichkeiten der Datenerfassung und -verarbeitung. Infolgedessen steigen Bedeutung und Anforderungen an einen verlässlichen Datenschutz. Mit der EU-Datenschutzgrundverordnung (EU DS-GVO) wurde 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 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 gerichtete Anfrage mit Bezug zum Datenschutz wird im Rahmen der Datenschutz-Organisation des Unternehmens dokumentiert, geprüft und bearbeitet. Intern und extern benannte Datenschutzbeauftragte 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. Ihnen stehen konzernweit ergänzend und unterstützend Datenschutzkoordinator:innen zur Seite. Die Datenschutzbeauftragten berichten unmittelbar an die Geschäftsführung der Gesellschaften oder an das zentrale Datenschutz-Management der REWE Group. Dieses wiederum berichtet regelmäßig an den Vorstand und den Aufsichtsrat der REWE Group. 2021 gab es innerhalb der REWE Group 25 Datenschutzbeauftragte.

Die konzernweite Regelungshoheit (Governance) zum Datenschutz, die Leitung des REWE Group Datenschutz-

Boards ebenso wie die Konsolidierung des Reportings und der Kontrollen obliegt dem zentralen Datenschutz-Management. Es ist zudem dafür verantwortlich, Synergien zwischen den Aktivitäten der Datenschutzkoordinator:innen und Datenschutzbeauftragten zu fördern und Informations- und Schulungskampagnen für die REWE Group bereitzustellen.

Mit dem Datenschutz-Board gewährleistet die REWE Group, dass die konzernrelevanten Umsetzungsbedarfe für unterjährige Urteile zum Datenschutz geklärt und den Verantwortlichen über die Datenschutz-Organisation bereitgestellt werden.

Im Berichtszeitraum wurde neben dem bestehenden konzernweiten Reporting zu Datenschutz das Berichtswesen zu den Auditplänen und -berichten optimiert. Darüber hinaus wurden auch die Tätigkeitsberichte der Datenschutzbeauftragten verbessert. Die Überarbeitungen trugen unter anderem zu einer Erhöhung der Transparenz über relevante Handlungsfelder für alle maßgeblich Beteiligten bei. Zudem wurden die bisher gesammelten Erfahrungen zur Umsetzung der EU DS-GVO sowie unterjährig erfolgte Gerichtsurteile zu verschiedenen datenschutzrechtlichen Belangen ausgewertet. Die Ergebnisse flossen in die Optimierung der datenschutzrelevanten Dokumentationen und Prozesse ein. Darüber hinaus wurden die zielgruppenorientierten Schulungsangebote sowohl in Präsenzveranstaltungen als auch – bedingt durch die Covid-19-Pandemie – digital weiter ausgebaut.

Im Berichtsjahr wurden des Weiteren ebenfalls aufgrund der Corona-Pandemie neu aufkommende datenschutzrechtliche Fragestellungen bearbeitet sowie notwendige Maßnahmen abgeleitet und umgesetzt. So standen die Datenschutzbeauftragten den jeweiligen Fachbereichen der REWE Group beratend zur Seite und prüften die Zulässig- oder Unzulässigkeit von Maßnahmen – beispielsweise zur gesetzlich verpflichtenden Erfassung des 3G-Nachweises. Basis für die Entscheidungen waren unter anderem die Leitfäden der Datenschutz-Aufsichtsbehörden zum Umgang mit personenbezogenen Daten einschließlich Gesundheitsdaten von Beschäftigten durch den Arbeitgeber. Ergänzend stellte die REWE Group ihren Beschäftigten über ein Portal weiterführende Informationen zum Themenfeld „Covid-19-Pandemie und Datenschutz“ bereit.



Anfragen, Beschwerden und Meldungen zu Datenschutzverletzungen

GRI 418-1

2021 wurden alle Betroffenenrechte für die Kund:innen der REWE Group in Österreich fristgerecht erfolgreich geklärt und abgeschlossen.

Alle Beschwerden und Meldungen zu potenziellen Datenschutzverletzungen oder -verstößen (2021: 4 Fälle; 2020: 5 Fälle) wurden überprüft, bearbeitet und dokumentiert. Die zugrunde liegenden Sachverhalte wurden analysiert, technische oder organisatorische Maßnahmen, soweit erforderlich, angepasst und die anfragende Stelle – Betroffene:r 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, BILLA Plus, 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).



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, so dass 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 Rohstoff-

herzeugung 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 des Handelsverbandes. 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 Fokus-themen 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 LEBENSÄUEN (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.

KENNZAHLEN

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

Im folgenden Abschnitt 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.



Handlungsfeld Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung):

- 100% umweltfreundlichere Eigenmarken-Verpackungen bis 2030.
- 1.000 Hektar an bedrohten ökologischen Flächen bis 2022 schützen.
- 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: Seit 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.
- 100 % Frischfleisch aus Österreich bei BILLA

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 Verantwortungsbereich 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 werden Analysen durchgeführt, 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 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.

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 Einkäufer:innen 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 Futtermittel für Tiere, Kakao, Palmöl, Fisch und Textilien.

Regionalität



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 Österreicher:innen 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.

ANTEIL AN AUSGABEN FÜR LOKALE LIEFERANTEN

GRI 204-1

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 beliefern 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 Produzenten 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, BILLA Plus und ADEG eingeführt. 2021 konnten damit rund 95 Millionen Kundenkontakte erreicht werden. Das Sortiment der Eigenmarke umfasst saison- und regionsabhängiges frisches Obst und Gemüse sowie Eier und beinhaltet mittlerweile 200 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 BILLA Plus regionalen Betrieben und Direktvermarktern eine Bühne für ihre Produkte. Insgesamt 7.000 Produkte von 500 lokalen Lieferanten sind in den BILLA Plus Märkten erhältlich. In der Zusammenarbeit wird Wert auf eine faire Geschäftsbeziehung gelegt. Die Lieferanten erhalten zudem Unterstützung bei Vermarktung, Logistik oder Warenkennzeichnung.

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. 2021 umfasste das Sortiment der Eigenmarke rund 200 Artikel. Insgesamt konnten 2021 mit „Ich bin Österreich“ Artikeln über 107 Millionen Kundenkontakte erzielt werden.



Mehr Sichtbarkeit für Regionalität, Stärkung österreichischer Produzent:innen

Im Rahmen der Regional-Offensive „is´ heimisch“ schaffte BILLA und BILLA Plus 2021 für ihre Kund:innen eine einfache, klare Kennzeichnung für lokale, regionale und österreichische Produkte – auf Basis einer transparenten und leicht nachvollziehbaren Definition von Lokalität und Regionalität. Um noch mehr heimische Produkte in die Regale von BILLA und BILLA Plus zu bringen und österreichische Lieferanten zu stärken, wurde im Berichtszeitraum zudem „Lokalpartnerschaften“ eingeführt, um vor allem kleinen und kleinsten Lieferanten den Weg in die Regale weiter zu erleichtern. Mit diesen Maßnahmen konnte der Anteil an regionalen und lokalen Produkten bei BILLA und BILLA Plus 2021 um über 20 Prozent gesteigert werden.

Bereits über 25.000 heimische Artikel von über 2.500 regionalen und lokalen Lieferant:innen finden sich bei BILLA und BILLA Plus. Damit diese für Kund:innen noch einfacher zu finden sind, werden österreichische, regionale und lokale Produkte seit 2021 mit dem Hinweis "is´ heimisch" gekennzeichnet. Zusätzlich umfasst die Kennzeichnung, ob ein Produkt österreichisch, regional oder lokal ist. Ist ein Lebensmittel mit „lokal“ gekennzeichnet, ist der Lieferant maximal 30 Kilometer vom Markt entfernt, regional bedeutet, das Produkt stammt aus dem Bundesland, und auch Produkte aus Österreich (also außerhalb des jeweiligen Bundeslandes, aber innerhalb von Österreich erzeugt) wurden noch klarer gekennzeichnet.

Außerdem setzt BILLA und BILLA Plus seit 2021 auf eigene Regional-Scouts im Einkauf. Diese helfen insbesondere kleinen Lieferanten im Lebensmitteleinzelhandel Fuß zu fassen. Dabei ist es auch möglich, nur einen oder zwei Märkte zu beliefern. So bekommen auch kleinste lokale Lieferanten, die nur kleine Mengen produzieren, bei BILLA und BILLA Plus eine zusätzliche Absatzmöglichkeit für ihre Produkte.

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

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. Im Rahmen ihrer produktbezogenen Risikoanalyse hat die Unternehmensgruppe folgende kritische Rohstoffe im Food-Bereich ermittelt: Obst und Gemüse, Palmöl, Kakao, Fisch und Soja als Futtermittel.

EINKAUFSVOLUMEN IN ÜBEREINSTIMMUNG MIT DEN LEITLINIEN DES UNTERNEHMENS GRI FP1

Die REWE Group arbeitet kontinuierlich daran, in ihren Lieferketten soziale und ökologische Faktoren sowie Aspekte des Tierwohls zu berücksichtigen. Dabei setzt die REWE Group auf international anerkannte Zertifizierungsstandards, arbeitet gemeinsam mit der Branche in Initiativen, setzt eigene Projekte auf und formuliert Anforderungen im Rahmen ihrer Leitlinien. Im Folgenden werden die Ansätze für die einzelnen kritischen 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 CO₂ 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.

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 zertifiziertes



zierte 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 2021 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 hin bis 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 2021 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 stehen und zum Teil bereits überfischt sind. 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

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 einer produktbezogenen Risikoanalyse ermittelte das Handelsunternehmen folgende kritische Rohstoffe im Non-Food-Bereich: Drogerieartikel, Textilien und Papier.

EINKAUFSVOLUMENS IN ÜBEREINSTIMMUNG MIT DEN LEITLINIEN DES UNTERNEHMENS GRI FP1

Die REWE Group in Österreich arbeitet kontinuierlich daran, ihre Lieferketten sozial und ökologisch verträglicher zu gestalten. Dabei setzt das Unternehmen auf international anerkannte Zertifizierungsstandards, arbeitet gemeinsam in Brancheninitiativen, setzt eigene Projekte auf und formuliert Anforderungen im Rahmen seiner Leitlinien. Im Folgenden werden die 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 2021 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, eine sichere Textilproduktion ohne gefährliche Chemikalien, konnte bis zum Jahr 2020 umgesetzt werden. 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.

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:innen 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. 2021 wurden über 22.000 Tonnen Papier für Büromaterial, Flugblätter und Publikationen der Handelsfirmen BILLA, BILLA Plus, 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 ein langfristiges Wachstumsziel für biologisch produzierte Produkte. Der Beitrag von „Ja! Natürlich“ war ein wesentlicher Baustein dieser positiven Entwicklung. Mit der Einführung von „BILLA Bio“ brachte BILLA Anfang 2021 eine weitere Bio-Eigenmarke ins Regal. „BILLA Bio“ steht für verlässliche Bio-Qualität zum attraktiven Preis und ist der ideale Begleiter durch einen bewussten und genussvollen Alltag. Im Berichtszeitraum umfasste das Sortiment 140 Produkte und wird stetig erweitert. Zusätzlich konnte das Bioangebot bei Industriemarken weiter ausgebaut werden.

„JA! NATÜRLICH“

Ein maßgeblicher Wachstumsmotor für die Steigerung der Bio-produkte der REWE Group in Österreich ist „Ja! Natürlich“. Die Bio-Eigenmarke ist seit 1994 österreichweit erhältlich. „Ja! Natürlich“ ist ein Wegbereiter für die biologische Produktion in Österreich und seit 1994 direkt und indirekt für die Schaffung von über 3.100 neuen Arbeitsplätzen verantwortlich. Das Sortiment von „Ja! Natürlich“ umfasst mehr als 1.100 Produkte und ist bei BILLA, BILLA Plus, 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.

Entwicklung Bio-Produkte in Österreich (Anteile in Prozent)

	2019	2020	2021
„Ja! Natürlich“ ¹ (am Verkaufswert-Brutto, BILLA und BILLA Plus)	6,8	7,1	7,4
„Echt B!O“ ¹ (am Verkaufswert-Brutto, PENNY)	2,0	2,4	2,8

¹ Ohne Near- und Non-Food, Tabak und alkoholische Getränke.



Verpackungen

MANAGEMENTANSATZ

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).

Der Bereich Verpackung spielt eine besondere Rolle im Fokusthema Kreislaufwirtschaft, das innerhalb der Strategie Grüne Produkte neben Klima und Biodiversität im Handlungsfeld „Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung)“ verankert ist.

Materialien GRI 301

GRUNDSÄTZE

In ihrer Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften bekennt sich die REWE Group in Österreich 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.

Die Reduktion von Verpackungen bzw. der Einsatz umweltfreundlicherer Verpackungsmaterialien haben dabei hohe Priorität. 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 CO₂ eingespart werden konnte.

Das Thema Verpackungen gestaltet sich jedoch sehr 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. 2021 konnte das gesamte Obst und Gemüse-Sortiment der Eigenmarken „Ja! Natürlich“ und „Echt B!O“ unverpackt und lose oder umweltfreundlicher verpackt angeboten werden. Seit 2020 gibt es die „Ja! Natürlich“ Bio-Milch auch in der Mehrweg- Glasflasche, es wurden fast alle „Ja! Natürlich“ Nudelsorten auf PEFC-zertifizierte Papierverpackungen umgestellt, sowie loser „Ja! Natürlich“ Tee im Graspapierbeutel angeboten.

Seit 2021 verzichte „Ja! Natürlich“ bei zahlreichen Milch- und Molkereiprodukten wie Joghurt auf den Einwegdeckel und spart damit noch mehr Kunststoff und CO₂ ein.



MEHRWEGNETZE IM OBST- UND GEMÜSEBEREICH

Im Rahmen der Initiative wurden bei BILLA Plus, 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. 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

Heimische Artenvielfalt mit der Naturschutzstiftung „Blühendes Österreich“ fördern.

Die Die gemeinnützige Privatstiftung „Blühendes Österreich“ wurde 2015 von der REWE Group in Österreich gemeinsam mit der Naturschutzorganisation BirdLife Österreich gegründet. Der Stiftungsauftrag besteht in einer strategischen, transparenten und systematischen Finanzierung von Naturschutzprojekten. Indem Projekte gemeinsam mit Partnern aus öffentlichen Institutionen, gemeinnützigen Organisationen, Gemeinden, Vereinen und der Privatwirtschaft realisiert werden, stärkt „Blühendes Österreich“ insbesondere die regionale Zusammenarbeit. Heute ist die Stiftung nicht nur die erste, sondern auch die größte privatwirtschaftliche Initiative für eine gesunde Umwelt und eine nachhaltige Landwirtschaft in Österreich. 2021 betrug das Stiftungsbudget 700.000 Euro.

Die Naturschutzstrategie 2018–2022 der Stiftung mit dem Titel „Nachhaltigkeit verankern, Österreichs Vielfalt leben“ verfolgt das Ziel, bis 2022 insgesamt 1.000 Hektar an bedrohten ökologischen Flächen zu schützen. 2021 nahmen 121 Betriebe an dem Programm FLORA (Förderung von Landwirt:innen und Organisationen zur Rettung unserer Artenvielfalt) teil. Seit 2015 wurden bereits 230 Bäuerinnen und Bauern, Naturschutzorganisationen, Gemeinden und andere Initiativen finanziert und dadurch 951 Hektar ökologisch wertvolle Flächen erhalten. Die finanzielle Unterstützung dient den klein strukturierten, bäuerlichen Familien außerdem als wirtschaftliche Planungsperspektive und sichert Arbeitsplätze.

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 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 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 Einkäufer:innen 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.



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.

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 eine entsprechende Berücksichtigung finden. Zielgruppenorientiert werden Informationen zu relevanten Themen wie Biodiversität und Verpackungen zur Verfügung 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 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 BILLA Plus 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 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.

2021 wurden 1.538 Proben von 113 verschiedenen Produkten aus 48 Herkunftsfunkten auf Pestizidrückstände untersucht und durch GLOBAL 2000 bewertet.

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 Heimtextilien aufgesetzt. Das Ziel, eine sichere Textilproduktion ohne gefährliche Chemikalien, konnte bis zum Jahr 2020 umgesetzt werden. Dazu arbeitete 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.

2021 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. 2021 hatte die REWE Group in Österreich über 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, BILLA Plus, PENNY und ADEG haben entscheidend zur Bekanntmachung und Bewusstseinsbildung in diesem Bereich beigetragen..

GEMEINNÜTZIGE PRIVATSTIFTUNG DER REWE INTERNATIONAL „BLÜHENDES ÖSTERREICH“

Die Stiftung „Blühendes Österreich“ wurde 2015 von der REWE Group in Österreich gemeinsam mit der Naturschutzorganisation BirdLife Österreich gegründet. Der Stiftungsauftrag besteht in einer strategischen, transparenten und systematischen Finanzierung von Naturschutzprojekten. Indem Projekte gemeinsam mit Partnern aus öffentlichen Institutionen, gemeinnützigen Organisationen, Gemeinden, Vereinen und der Privatwirtschaft realisiert werden, stärkt „Blühendes Österreich“ insbesondere die regionale Zusammenarbeit. Heute ist die Stiftung nicht nur die erste, sondern auch die größte privatwirtschaftliche Initiative für eine gesunde Umwelt und eine nachhaltige Landwirtschaft in Österreich. 2021 betrug das Stiftungsbudget 800.000 Euro.

Die Naturschutzstrategie 2018–2022 der Stiftung mit dem Titel „Nachhaltigkeit verankern, Österreichs Vielfalt leben“ verfolgt das Ziel, bis 2022 insgesamt 1.000 Hektar an bedrohten ökologischen Flächen zu schützen. 2021 nahmen 121 Betriebe an dem Programm FLORA (Förderung von Landwirt:innen und Organisationen zur Rettung unserer Artenvielfalt) teil. Seit 2015 wurden bereits 230 Bäuerinnen und Bauern, Naturschutzorganisationen, Gemeinden und andere Initiativen finanziert und dadurch 951 Hektar ökologisch wertvolle Flächen erhalten. Die finanzielle Unterstützung dient den klein strukturierten, bäuerlichen Familien außerdem als wirtschaftliche Planungsperspektive und sichert Arbeitsplätze.



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 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 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 existenzsicherndes Einkommen.



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 Einkäuflern 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.

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:



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 auszugrenzen 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 Produzent:innen in Entwicklungsländern zu verbessern. Die REWE Group in Österreich verkaufte 2021 über 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 2021 Fairtrade-Prämien von über 813.000 Euro erwirtschaftet, die den Produzent:innen in Schwellen- und Entwicklungsländern zugutekommen. Das entspricht einer Steigerung von rund 10 Prozent zum Vorjahr. Bio-Bananen und Bio-Ananas werden bei BILLA, BILLA Plus, Sutterlüty und ADEG im Rahmen von „Ja! Natürlich“ ausschließlich mit dem Fairtrade-Label angeboten. Alle verkauften Rosen bei BILLA und BILLA Plus 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.



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
- Mitglied des Abkommens Bangladesh Accord on Fire and Building Safety
- Mitglied in der Competitive Cashew Initiative
- Mitglied beim Consumer Goods Forum
- Mitglied im Board bei Cotton made in Africa
- Gründungsmitglied beim Forum Nachhaltiger Kakao (GISCO)
- Gründungsmitglied beim Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP)
- Mitglied im Technical Committee von GLOBALG.A.P. GRASP
- Beteiligung an der Initiative für nachhaltige Agrarlieferketten
- Gründungsmitglied bei der Partnerschaft für Nachhaltigen Orangensaft (PANAÖ)
- Mitglied im Rainforest Alliance Standards Committee
- Mitglied beim Runden Tisch für nachhaltiges Palmöl (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO)
- Mitglied bei der Sustainable Juice Platform
- Mitglied bei The Centre for Child Rights and Business
- Mitglied beim World Banana Forum

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.



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. 2021 wurden bei Eigen- und Exklusivmarken über 6.000 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 BIO“ 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 Produk-

tion 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 BILLA Plus 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 wirkenden 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 2021 wurden 1.538 Proben untersucht. Dabei zeigte sich bei 87,6 Prozent (2020: 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.



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 2021 gab es drei öffentliche Rückrufe bei Eigenmarkenprodukten der REWE Group in Österreich. Bei zwei Produktrückrufen waren Fremdkörper die Ursache, bei einem gab es mikrobiologische Gründe. 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 Schieflage, und ohne ein breites nachhaltiges Warenangebot kann kein/e Konsument:innen 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.

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, BILLA Plus, 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).

GRÜNE ETIKETTEN BEI BIPA

BIPA markiert seit 2021 besonders nachhaltige Produkte mit grünen Etiketten und orientiert sich dafür am Gütezeichen-Guide von Greenpeace. Die grüne Kennzeichnung soll Orientierung bieten, da nur Produkte mit mindestens einem Gütezeichen, das von Greenpeace im Gütezeichen-Guide als vertrauensvoll bewertet wurde, ein grünes Etikett bekommen. Die grünen Etiketten sind in allen Filialen zu finden. Auch im Flugblatt werden grüne Produkte grün hinterlegt und damit speziell hervorgehoben.

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 Schwerpunktseiten 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, BILLA Plus, 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.



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 BILLA Plus 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 BILLA Plus 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 den Verbraucher:innen. Um dies auch in der Gestaltung von Werbemaßnahmen zu berücksichtigen, werden diese vor Veröffentlichung von der Nachhaltigkeitsabteilung freigegeben.

Im Berichtszeitraum 2021 wurden keine wesentlichen Verstöße bekannt.



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 Freilandeier werden seit 2019 auch die männlichen Küken aufgezogen.

Seit 2021 bietet BILLA nur noch Frischfleisch aus Österreich an. Damit verbunden gelten auch teilweise strengere Tierschutzstandards im Vergleich zu anderen EU-Ländern wie beispielsweise bei der Pute.

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:

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 Grasens nachzukommen. Jedes Jahr werden rund 8.500 Jungrinder von „Ja! Natürlich“ vermarktet.

„FAIR ZUM TIER“

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. neu-gebaute 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, aufgezogen und geschlachtet werden. Die Mastrinder müssen in Laufställen mit Zugang zu einem Auslauf oder einer 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 ist 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 33 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 80 Betriebe. Den Masthühnern steht rund 20 Prozent mehr Lebensraum und Tageslicht als gesetzlich vorgeschrieben zur Verfügung. Mit Strohballen bieten die Betriebe

be den Hühnern auch zusätzliches Beschäftigungsmaterial und wichtige Ruheplätze. Ebenso ist der Schutz der Tiere bei Verladung, Transport und Schlachtung streng geregelt.

Für die Legehennen der 56 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/m² beschränkt, was einer wesentlichen Reduktion gegenüber dem gesetzlichen Standard in Österreich entspricht. Die Mindestaufzuchtdauer 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. Die dabei empfohlenen Zertifizierungssysteme KAT und HG sollen den Konsument:innen Sicherheit geben, dass dieses Produkt keine Eier aus konventioneller Käfig- oder Kleinvolierehaltung enthält.



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. 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 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 der/m Arbeitgeber:in 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 den Lieferanten arbeiten wir daran, Arbeits- und Sozialstandards kontinuierlich zu verbessern.

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.



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, BILLA Plus, 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 Produktanpassungen 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 Zuckergehalt 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 bearbeitet. Artikel, die bereits das Kriterium einer maßgeblichen Zuckerreduktion (minus 30 Prozent)



erfüllen oder „ohne Zuckerzusatz“ sind, werden verstärkt 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.

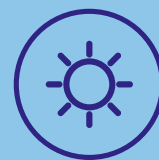
Das Ziel der Produktentwicklung bei den Eigenmarken der REWE Group in Österreich ist es, die Kund:innenn dabei zu unterstützen, sich bewusst zu ernähren. So sollen sie wieder einen Überblick darüber bekommen, welche Inhaltsstoffe vorhanden sind und wieviel davon sie täglich zu sich nehmen. Die Rezepturen 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“ und „BILLA“
- 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 CO₂-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 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 1.436 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 Expert:innen 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. Alle alten Ziele zu Treibhausgasemissionen, Stromverbrauch und kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen je Quadratmeter Verkaufsfläche wurden 2020 vorzeitig erreicht. Dieser Schritt wurde aufgrund von einer Vielzahl an Maßnahmen wie den Bezug von Grünstrom aus Österreich, die sukzessive Umstellung auf klimafreundlichere Kältemittel oder den Einbau von Türen an Kühlregalen ermöglicht.

Daher hat sich die REWE Group im Jahr 2021 ein neues absolutes Ziel gesetzt: Bis zum Jahr 2040 will sie auf Unternehmensebene klimaneutral werden. Dies gilt nicht nur für Deutschland und Österreich, sondern für alle Länder und Ge-

sellschaften, in denen sie aktiv ist. Dazu will sie ihre absoluten Treibhausgasemissionen im ersten Schritt bis zum Jahr 2030 um 30 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2019 reduzieren.

Das Emissionsniveau, bei dem die REWE Group ansetzt, berücksichtigt die Nutzung von zertifiziertem Grünstrom in allen Märkten, Baumärkten, Lagern und Reisebüros seit 2008. Zusätzlich zu ihren Klimazielen hat die REWE Group KPIs zu ihrem Stromverbrauch und zu ihren kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen definiert. Diese machen die Wirksamkeit der Maßnahmen zu den Themen Energieeffizienz und Reduktion der Treibhausgasemissionen nachvollziehbar. Zu ihren Zielen wird die REWE Group weiterhin konsequent Maßnahmen umsetzen, um Treibhausgasemissionen auf Unternehmensebene zu vermeiden oder zu reduzieren. Schwerpunkte setzt das Unternehmen hier bei Strom, Wärme, Kältemitteln und Logistik.

KPI	2019	2020	2021	Status
Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group um 30 % bis 2030 (gegenüber 2019) Klimaneutralität für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group bis 2040	—	-8,1 %	-7,3 %	In Umsetzung
Reduktion der kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group um 60 % bis 2030 (gegenüber 2019)	—	-11 %	-18 %	In Umsetzung
Reduktion des Stromverbrauchs je Quadratmeter Verkaufsfläche um 10 % bis 2030 (gegenüber 2019)	—	-3,1 %	-5,2 %	In Umsetzung

Erreichte Ziele:

KPI	Status
Halbierung der Treibhausgasemissionen (CO ₂ -Äquivalente) für Deutschland und Österreich pro Quadratmeter Verkaufsfläche bis 2022 gegenüber 2006	✓
Reduzierung der kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen je Quadratmeter Verkaufsfläche (in kg CO ₂ -Äquivalente/m ²) um 35 % in Deutschland und Österreich zwischen 2012 und 2022	✓
Senkung des Stromverbrauchs je Quadratmeter Verkaufsfläche (in kWh/m ²) um 7,5 % in Deutschland und Österreich zwischen 2012 und 2022	✓



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



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 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 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 betrug im Jahr 2021 22.673 Tonnen, der spezifische Papierverbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche 15,2 kg/m². Der überwiegende Anteil des Papierverbrauchs entfällt auf die Produktion von Flugblättern.



Absoluter Papierverbrauch der REWE Group in Österreich Tonnen

2019	2020	2021
22.130	22.089	22.673

Spezifischer Papierverbrauch der REWE Group in Österreich (kg/m²)

2019	2020	2021
15,4	15,1	15,2

Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe GRI 301-2

Der Anteil von umweltfreundlicherem Papier am Gesamtverbrauch beträgt bei der REWE Group in Österreich fast 100 Prozent, der Anteil von Recyclingpapier liegt 2021 bei über 97 Prozent. Bei den restlichen 3 Prozent wird fast ausschließlich Frischfaserpapier aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet, das durch FSC® oder PEFC™ zertifiziert wurde.

Mehr Recyclingpapier verringert die Auswirkungen des Papierverbrauchs

Der Anteil von umweltfreundlicherem Papier am Gesamtverbrauch beträgt bei der REWE Group in Österreich fast 100 Prozent, der Anteil von Recyclingpapier liegt 2021 bei über 97 Prozent. Bei den restlichen 3 Prozent wird fast ausschließlich Frischfaserpapier aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet, das durch FSC® oder PEFC™ zertifiziert wurde.



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 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 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.

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 58 Prozent den größten Anteil am gesamten Energieverbrauch ausmacht, konnte folgende Entwicklung erzielt werden:

Die REWE Group in Österreich hat den für 2022 angestrebten Zielwert bereits im Jahr 2018 erreicht, 2019 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.



Entwicklung des Stromverbrauchs in Österreich im Detail

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Strom- verbrauch je m² Verkaufs- fläche in kWh/m²	502,7	476,4	480,6	471,7	460,0	444,5	431,04	414,64	412,05

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Veränderungen gegenüber 2013	-4,39 %	-3,54 %	-5,32 %	-7,67 %	-10,78 %	-13,48 %	-16,77 %	-17,29 %

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 Läger 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 2021 im Vergleich zu 2020 um etwa 2 Prozent auf 1.061 GWh gestiegen. Der größte Anteil des gesamten Energieverbrauchs aus dem Jahr 2021 entfällt mit etwa 58 Prozent auf Strom, gefolgt von den Kraftstoffen für LKW (inkl. Fremdlogistik) und Gas. Der Anteil an Eigenstromerzeugung aus Photovoltaik konnte im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 40 Prozent erhöht werden.



Absoluter Energieverbrauch der REWE Group in Österreich 2021 in kWh, aufgeteilt nach Bereichen

	GWH 2021	ANTEILE 2021
Strom	613	58 %
Fuhrpark LKW (Diesel + CNG)	176	17 %
Raumwärme Gas	159	15 %
Fernwärme	68	6 %
Fuhrpark PKW	25	2 %
Raumwärme Öl	21	2 %

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der ADEG Kaufleute

Energieverbrauch der REWE Group in Österreich

	EINHEIT	2019	2020	2021
Absoluter Energieverbrauch	in GWh	1.049	1.036	1.061
Energieverbrauch je m² Verkaufsfläche	in kWh/m ²	729	706	713

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der 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 leicht gestiegen und lag 2021 bei 713 kWh/m².

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:innen 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 letz-

ten 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 BILLA PLUS 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.

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 540 LKW und eine konsequente Routenplanung und Auslastung der LKW ist Grundvoraussetzung für Treibstoffoptimierungen. Die transportbedingten Emissionen haben an den gesamten Treibh-



ausgasemissionen der REWE Group in Österreich einen Anteil von etwa 31,3 Prozent. Der Anteil der Logistik hat sich im Vergleich zu 2020 aufgrund der Verwendung von marktbasierten Emissionsfaktoren statt standortbasierten Emissionsfaktoren verändert. Um die Emissionen 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 2021 leicht an.

Um den CO₂-Ausstoß des Fuhrparks weiter zu senken, wird die Fahrzeugflotte kontinuierlich erneuert. Der Anteil an Fahrzeugen gemäß der Euro-6-Emissionsnorm betrug Ende des Jahres 2021 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 zwei Diesel-Hybrid-LKW und sieben erdgasbetriebene LKW im Einsatz. Seit September 2018 ist auch ein vollelektrischer 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, BILLA PLUS und PENNY Märkte geliefert werden. Die Nutzung erfolgt noch im Probebetrieb 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.

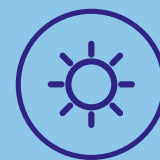
MOBILITÄT

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 2021 gab es 131 Dienstautos mit Elektroantrieb im Unternehmen. Für sie sowie Gäste stehen 100 reservierte Parkplätze mit Ladepunkten in der Zentrale in Wiener Neudorf und in den Lagern zur Verfügung.

Kund:innen der Handelsfirmen BILLA, BILLA PLUS und PENNY können österreichweit bei 67 Filialen E-Tankstellen mit 175 Ladepunkten nutzen, die in Kooperation mit SMATRICS 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. 2021 konnten so E-Fahrzeuge an 63 Standorten 818.000 kWh Grünstrom laden und somit nachhaltig angetrieben werden.

Summe geladener Grünstrom bei Kund:innen-Ladestationen in kWh

2019	2020	2021
559.000	618.000	818.000



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 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 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 Verwaltungssandorten. 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 2020 (740.000 m³) auf 2021 (664.266 m³) um rund zehn Prozent ab.

Wasserverbrauch der REWE Group in Österreich

	2019	2020	2021
Absoluter Wasserverbrauch (m³)	718.271	740.000	664.266
Wasserverbrauch je m² Verkaufsfläche (m³/m²)	0,54	0,50	0,45

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



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 CO₂-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.

2021 wurde eine neue Klimastrategie festgelegt und dazu der Managementansatz angepasst:

- Der Geltungsbereich wurde erweitert und die Konzentration auf Deutschland und Österreich zugunsten einer Einbeziehung aller Länder und Gesellschaften, in denen die REWE Group aktiv ist, ausgeweitet.
- Bis zum Jahr 2040 soll die REWE Group in allen Ländern auf Unternehmensebene klimaneutral werden. Dazu will sie ihre absoluten Treibhausgasemissionen im ersten Schritt bis zum Jahr 2030 um 30 % gegenüber dem Basisjahr 2019 reduzieren
- Es wurden zwei neue Unterziele in Bezug auf die kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen und den Stromverbrauch je Quadratmeter Verkaufsfläche verabschiedet (siehe Abschnitt Ziele & KPIs)

Die absoluten Treibhausgasemissionen in Österreich sanken von 182.504 Tonnen im Basisjahr 2019 auf 175.213 Tonnen im Jahr 2021. Dies entspricht einem Rückgang von rund vier Prozent. Die spezifischen Treibhausgasemissionen (Einheit: CO₂-Äquivalente pro Quadratmeter Verkaufsfläche) sind in diesem Zeitraum um ungefähr sieben Prozent gesunken. Die Werte für 2019 und 2020 weichen aufgrund der Verwendung von marktbasierten Emissionsfaktoren statt standortbasierten Emissionsfaktoren von der Darstellung im letzten Nachhaltigkeitsbericht ab.

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 die Logistik, die in den Kühlanlagen eingesetzten Kältemitteln, sowie der Verbrauch von der Raumwärme Gas (für Informationen zu den energiebezogenen Maßnahmen siehe auch Abschnitt Energie).



Nutzung alternativer Energien fördern

Bereits Anfang 2008 erfolgte die Umstellung des Stromeinkaufs 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. 2021 stammte der Grünstrom zu 88 Prozent aus Wasserkraft, zu 8 Prozent aus Windenergie, zu 2 Prozent aus Photovoltaik, zu 1 Prozent aus Biomasse 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 2021 betrieb die REWE Group in Österreich an insgesamt 113 Standorten Photovoltaik-Anlagen mit einer potenziellen Anlagenleistung von 5.510 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. Diese sind zunehmend auch natürliche Kältemittel wie CO₂ oder Propan und Kältemittel mit einem geringeren Treibhausgaspotenzial. So konnte die REWE Österreich ihre kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen von 2019 auf 2021 von 182.504 auf 175.213 Tonnen senken.

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 SMATRICS GmbH & Co KG bei 67 Filialen E-Tankstellen mit 175 Ladepunkten zur Verfügung – davon 29 Schnellladestationen, sowie fünf High Power Charging Stationen. Zusätzlich gibt es 100 reservierte Parkplätze mit Ladepunkten in der Zentrale in Wiener Neudorf und in den Lagern.

Treibhausgasemissionen Scope 1-3 (Tonnen CO₂-Äquivalente) GRI 305-1, 305-2, 305-3

	TONNEN CO ₂ - EQU. 2021	ANTEILE
Strom	15.098	9 %
Kältemittel	43.302	25 %
Fuhrpark Logistik	54.970	31 %
Raumwärme Gas	33.569	19 %
Fernwärme	13.695	8 %
Fuhrpark PKW	7.658	4 %
Raumwärme Heizöl	6.427	4 %
Flüge	450	< 1 %
Raumwärme Pellet	43	<1 %

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der 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 2021 bei 118 Kilogramm CO₂-Äquivalenten je Quadratmeter und konnten im Vergleich zum Basisjahr 2019 um rund 7% reduziert werden. Die Werte für 2019 und 2020 weichen aufgrund der Verwendung von marktbasierten Emissionsfaktoren statt standortbasierten Emissionsfaktoren von der Darstellung im letzten Nachhaltigkeitsbericht ab.

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

Treibhausgasemissionen der REWE Group in Österreich

	EINHEIT	2006	2019	2020	2021
Absolute Treibhausgasemissionen	t CO ₂ -Äquivalente	344.345	182.504	185.936	175.169
Spezifische Treibhausgasemissionen je m² Verkaufsfläche	kg CO ₂ -Äquivalente/m ²	359	127	127	118

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der 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 – mit 2021 wurde kein ozonschädigendes Kältemittel mehr eingesetzt. Dies ist vor allem auf die gesetzlich vorgeschriebene Umstellung des Kältemittels R22 auf nicht Ozon abbauende Kältemittel zurückzuführen.

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

Emissionen Ozon abbauender Substanzen (ODS) nach Gewicht (kg)

	EINHEIT	2019	2020	2021
Emissionen Ozon abbauender Stoffe aus nachgefüllten Kältemitteln gesamt	kg FCKW-11-Äquivalente	10	3	0

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

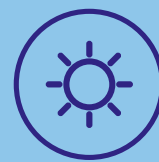
Nachhaltigkeitsanstrengungen. Die REWE Group in Österreich arbeitet mit alternativen Antriebsmöglichkeiten und hat bereits sieben mit erdgasbetriebene LKW sowie zwei Diesel-Hybride im Einsatz. Im September 2018 wurde darüber hinaus ein vollelektrisch betriebener LKW in Betrieb genommen, der die Handelsfirmen 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 Lade-Infrastruktur noch stark begrenzt.



Luftschadstoffemissionen inklusive Vorketten (t)

	2019	2020	2021
NOx	301	430	288
SOx	49	74	51
Feinstaub (Partikel <10 µm)	14	26	14
Non Methane Volatile Organic Compounds	40	73	39

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der 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 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 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 Werkstoffe, 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 knapp über 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 geringgehalten 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

2021 betrug die Menge nicht gefährlicher Abfälle innerhalb der REWE Group in Österreich 108.324 Tonnen (Vorjahr: 108.090 Tonnen). Die gefährlichen Abfälle, hierzu gehören vor allem bestimmte Elektroaltgeräte, Öle, Batterien sowie Leuchtstoffröhren, machten 2021 mit 580 Tonnen (Vorjahr: 404 Tonnen) nur einen sehr geringen Teil des gesamten Abfalls aus. Im Vergleich zu den nicht gefährlichen Abfällen liegt die Menge der gefährlichen Abfälle bei einem halben Prozent.



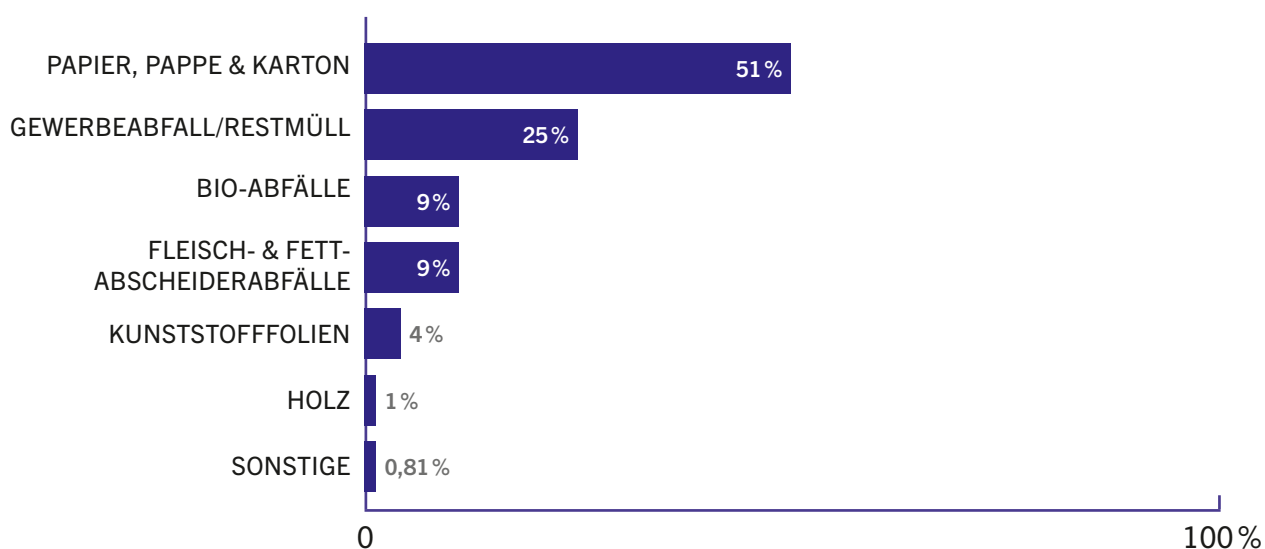
Nicht gefährliche Abfälle – Absolutes Aufkommen (t)

	2019	2020	2021
Absolutes Aufkommen (t)	108.436	108.090	108.324

Nicht gefährliche Abfälle – Spezifisches Abfallaufkommen je Quadratmeter Verkaufsfläche (kg/m²)

	2019	2020	2021
Spezifisches Abfallaufkommen (kg/m²)	82	80	79

Nicht gefährliche Abfälle – Prozentuales Aufkommen nach Abfallart 2021



Gefährliche Abfälle – Absolutes Aufkommen (t)

	2019	2020	2021
Gefährliche Abfälle – Absolutes Aufkommen (t)	454	404	580

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der ADEG Kaufleute

Mitarbeiter:innen





Mitarbeiter:innen

STRATEGISCHER ANSATZ

Die REWE Group in Österreich mit ihren Handelsfirmen BILLA, BILLA Plus, 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 Geschäftspartner:innen. 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 Kaufleute)

	2019	2020	2021
Ausbildungsquote in Prozent (Anteil Lehrlinge an Gesamtbelegschaft in Vollzeitäquivalente, exklusive ADEG Kaufleute)	5,3	5,2	5,8

Interne Besetzung von Führungspositionen (exklusive ADEG Kaufleute)

	2019	2020	2021
Interne Besetzung von Führungspositionen in Prozent (exklusive ADEG Kaufleute)	81,9	80,4	81,0



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

	2019	2020	2021
Anteil der Führungspositionen, die mit Frauen besetzt sind in Prozent	65,2	65,4	64,1

Unfälle (exklusive ADEG Kaufleute)

	2019	2020	2021
Unfälle pro 1.000 Vollzeitäquivalente	33,1	30,5	27,2

Behindertenquote (exklusive ADEG Kaufleute)

	2019	2020	2021
Behindertenquote nach Köpfen in Prozent	1,6	1,7	1,9

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)
- BIPA (seit 2016)
- PENNY (seit 2018)
- AGM (seit 2020)

Ziel ist die Re-Zertifizierung aller Vertriebslinien (ausgenommen BIPA) im Jahr 2022.

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 BIPA (Re-Zertifizierung)
- 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 wurde für BILLA eine Mitarbeiter:innen-Zufriedenheitsumfrage gestartet. Alle 30.000 Mitarbeitende in Österreich wurden aufgerufen, daran teilzunehmen. Mit einer Rücklaufquote von 79 Prozent konnten folgende Erkenntnisse (Notensystem 1-5) erzielt werden:

Die Gesamtzufriedenheit liegt bei 2,00. Besonders gut wird die Zusammenarbeit mit Kolleg:innen geschätzt (1,67), das Bereitstellen von Arbeitsmitteln und Ausstattung wurde mit 1,87 bewertet und die Führungskommunikation mit 1,85. Ein Handlungsfeld für BILLA ergibt sich im Bereich Arbeitsbelastung, die auch durch Corona verstärkt wurde und dahingehend auch die Wertschätzung für den Einsatz in dieser Krise (2,60).



Aus der Umfrage wurden die Bereichs- bzw. Marktergebnisse über die Ressortvorstände und deren Führungskräfte an alle kommuniziert und pro Markt sowie Zentralbereich Maßnahmen für ihre Teams abgeleitet. Diese Phase konnte im Oktober 2021 abgeschlossen werden. Zusätzlich wurden in drei Workshops mit rund 30 Kolleg:innen aus verschiedenen Bereichen sowie dem Betriebsrat weitere Ideen für die Märkte und die Zentralbereiche abgeleitet. Aus den 15 Schwerpunkten, die in der MAZU abgefragt wurden, haben sich die Kolleg:innen in den Workshops mit folgenden Themen eingehender befasst: Arbeitsorganisation und Arbeitszeit, Einarbeitung, Sachzuwendungen sowie Zusammenarbeit im Team. Diese Vorschläge beinhalten sowohl kurzfristig umsetzbare Maßnahmen als auch solche, die längerfristig geplant werden müssen.

Die Mitarbeiter:innen-Befragung für AGM wurde 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 eine große organisatorische 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. 2021 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 2021 bei 27,9 Prozent (2012: 23,7 Prozent). Die Personaleintrittsrate bei der REWE Group in Österreich stieg von 22,8 Prozent (2020) auf 26,7 Prozent im Jahr 2021.

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

	BIS 30 JAHRE	BIS 50 JAHRE	ÜBER 50 JAHRE	♀	♂
2019	6.780	4.258	696	8.032	3.702
2020	6.450	3.630	560	7.045	3.595
2021	7.080	4.271	750	8.252	3.849

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

	BIS 30 JAHRE	BIS 50 JAHRE	ÜBER 50 JAHRE	♀	♂
2019	5.481	4.224	1.247	7.657	3.295
2020	5.031	3.853	1.381	7.047	3.218
2021	5.925	4.599	1.615	8.803	3.636



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

2019	2020	2021
25,6	23,7	27,9

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

2019	2020	2021
8,0	8,1	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. 2021 nahmen 3.175 Mitarbeiter:innen Karenz in Anspruch, davon waren 68 Mitarbeiter:innen männlich und 3.107 weiblich. Im Berichtszeitraum sind 734 Mitarbeiter:innen wieder an den Arbeitsplatz zurückgekehrt. 91,5 Prozent der Mitarbeiter:innen, die 2020 aus der Karenz zurückgekehrt sind, waren zum 31. Dezember 2021 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. 2021 haben 36 Väter diese erste intensive Zeit mit ihrer Familie verbracht.

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

	2019	2020	2021
Weiblich	3.125	3.020	3.107
Männlich	67	57	68
Gesamt	3.192	3.077	3.175

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

	2019	2020	2021
Weiblich	795	740	734
Männlich	33	28	58
Gesamt	828	768	792



Anzahl der Beschäftigten, die zwölf Monate nach ihrer Rückkehr aus der Karenz (Ende der Karenz) noch im Unternehmen beschäftigt sind im Jahr 2021 (exklusive ADEG Kaufleute)

Definition: von denjenigen, die in 2021 aus der Elternzeit zurückgekehrt sind, sind 12 Monate nach der Rückkehr aus der Elternzeit (Stichtag: am 31.12.2021) noch im Unternehmen beschäftigt.

♀	WEIBLICH	Austritt innerhalb 12 Monate	55	7,4*
		nach 12 Monaten noch im Unternehmen beschäftigt (Stichtag 31.12.2021)	685	92,6*
♀	WEIBLICH GESAMT		740	
♂	MÄNNLICH	Austritt innerhalb 12 Monate	10	35,7*
		nach 12 Monaten noch im Unternehmen beschäftigt (Stichtag 31.12.2021)	18	64,3*
♂	MÄNNLICH GESAMT		28	
♀♂	GESAMT	Austritt innerhalb 12 Monate	65	12*
		nach 12 Monaten noch im Unternehmen beschäftigt (Stichtag 31.12.2021)	703	91,5*
♀♂	GESAMT		768	

*In Prozent aller Männer und Frauen, die 2021 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 Aufsichtsrät:innen 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, Sicherheit und Beruf und Familie 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 schnelllebige 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 ist 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.

Die Aktivitäten der betrieblichen Gesundheitsförderung setzen sich zusammen aus Ergonomie am Arbeitsplatz, Ernährung, Psyche und Stressprävention, Sport und Bewegung, Vorsorge und Arbeitszeitflexibilisierung.



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 nach wie vor die COVID-19 Pandemie.

- Organisation und Durchführung COVID-19 Schnelltests in den Zentralbereichen
- Organisation und Planung von Impfstraßen
- Laufende Kommunikation zu den Krisenstäben der Behörden (Innenministerium, Bundeskanzleramt)

2021 wurden 14.000 Impfungen für unsere Mitarbeiter:innen und deren Angehörige organisiert. Die Impfungen wurden in der Zentrale Wiener Neudorf, in einem Ausbildungszentrum in Wien und über öffentliche Impfstraßen sowie Privatkliniken abgewickelt.

Unfälle, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Todesfälle GRI 403-2

2021 ging die Unfallrate im Vergleich zu 2020 von 30,8 auf 26,4 Unfälle pro 1.000 Vollzeitäquivalente zurück. Der Krankenstand innerhalb der REWE Group in Österreich ist im Berichtszeitraum leicht gestiegen und lag 2021 bei 5,2 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. 2021 wurden sechs von Raubüberfällen betroffene Arbeitnehmer:innen gemeldet, sieben weniger als im Vorjahr.

Unfälle, Raubüberfälle und Todesfälle (exklusive ADEG Kaufleute)

		2019	2020	2021
Unfälle pro 1.000 Vollzeit-äquivalente	Weiblich	32,4	30,8	26,4
	Männlich	35,0	29,9	28,9
	Gesamt	33,2	30,5	27,2
Anzahl verunfallte Mitarbeiter (Arbeits- und Wegeunfälle)	Weiblich	781	749	646
	Männlich	363	322	315
	Gesamt	1.144	1.071	961
Durch Raubüberfälle betroffene Arbeitnehmer	Gesamt	18	6	13
Tödliche Unfälle	Gesamt	2	0	0



Ausfalltage durch Unfälle (exklusive ADEG Kaufleute)

	2019	2020	2021
Weiblich	13.745	14.379	14.964
Männlich	5.689	5.392	5.764
Gesamt	19.434	19.771	20.728

Krankenstand (exklusive ADEG Kaufleute)

	2019	2020	2021
Weiblich	5,3	5,2	5,7
Männlich	4,2	4,1	4,3
Gesamt	4,9	4,9	5,2

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. BIPA hat 2021 eine wöchentliche Online-Einheit "Fit in den Tag" für Zentralmitarbeiter:innen und Vertriebsaußendienst angeboten. Außerdem wurden auf der Mitarbeiter:innen-App verstärkt die Themen gesunde Ernährung, mentale Gesundheit, Bewegung und Fitness behandelt. Ein Folder zum Umgang mit Stress und ein Plakat mit Übungen für Bewegungspausen für die Märkte wurde überarbeitet und Radiotipps wurden von Vitalcoach Bardia Monshi gegeben. Dabei wurden Themen wie Schulstart, Angst und Corona besprochen und wie Mitarbeitende damit umgehen können.

Neben dem klassischen Angebot wie Massagen und Ergonomie-Beratungen wurden seit dem Frühjahr 2021 mehr vegetarische, vegane und frische Menüs in den Betriebskantinen aufgenommen.

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 Jahr 2021 konnten damit 92 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 (2021: 81 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 Einzelhandel mit den Schwerpunkten Lebensmittelhandel, Parfümerie, Feinkostfachverkauf sowie dem zusätzlichen Schwerpunkt „Digitaler Verkauf“ über Lebensmitteltechniker:in oder Betriebslogistikkaufmann/-frau bis hin zu Metalltechnik, Ma-

schinenbautechnik, Systemgastronomiefachmann/-frau oder Applikationsentwicklung.

Insgesamt beschäftigte die REWE Group in Österreich im Berichtszeitraum 2.200 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.

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 BILLA wurde im Berichtszeitraum das geförderte Projekt „Lehrausbildung voller Leben“ umgesetzt: Ziel war das Aufbrechen der Geschlechterstereotype in der dualen Ausbildung und Qualifizierung. Nach einer Analysephase im Jahr 2020 folgte 2021 die Maßnahmenausrollung von folgenden Maßnahmen:

- Vier zusätzliche Module beim zertifizierten Lehrlingsausbilder:innenkurs: Zusätzlich zwei online Module zum Thema „Sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz“ und „Gleichbehandlung statt Diskriminierung“
- Erstellung Ausbilder:innen Handbuch
- Persönlichkeitsbildende Seminarreihe für Lehrlinge inkl. 2 online Module zum Thema „Sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz“ und „Gleichbehandlung statt Diskriminierung“

Lehrlinge der REWE Group haben auch 2021 bei der Initiative „72 Stunden ohne Kompromiss“ mitgemacht. Für das Haus Jaro in Wien, das nicht krankenversicherten, obdachlosen Menschen für bis zu drei Monate einen Wohnplatz ermöglicht, haben zehn Jugendliche aus einem Kellerraum umgestaltet, in dem Bewohner:innen kostenfrei Kleidung aussuchen können.



Traineeprogramme als Einstiegsmöglichkeiten für Hochschulabsolvent:innen

Die REWE International AG bietet jährlich International Management-Traineeprogramme an. 2021 wurden dafür 15 Teilnehmer:innen aufgenommen. Die Dauer des Programms beträgt 16 Monate und setzt sich aus 6 Monaten Filialzeit, vier Monaten Auslandsprojekt, zwei Monaten Rotation, drei Monaten Projekt im Headquarter und einem Monat Rotation in künftigen Schnittstellenbereichen zusammen. Neben dem Management-Traineeprogramm gibt es bei BILLA, BILLA Plus und BIPA Vertriebstrainee-Programme. Zudem bietet die REWE Group in Österreich auch fachspezifische Traineeprogramme an.

Das „BILLA Trainees“ Ausbildungsprogramm im Vertriebsaußendienst wurde im April 2021 überarbeitet. Aktuell durchlaufen sieben Trainees mit einer Ausbildungsdauer von 13 Monaten das Programm.

BILLA bietet seinen Trainees sowie den neuen Frische- und Vertriebsmanager:innen neben Coaching und laufender Begleitung durch erfahrene Kolleg:innen auch die Möglichkeit sich untereinander sowie mit erfahrenen Führungskräften zu vernetzen. Das erste Netzwerktreffen fand unter dem Motto „Kultur und Diversitätskompetenz“ in Zusammenarbeit mit dem Projekt „Lernen macht Schule“ 2021 statt. Im darauffolgenden Praxisprojekt, bei dem ein Ausflug mit Kindern der Caritas Lerncafés organisiert wurde, haben die Teilnehmer:innen „Fremdheitssituationen als Herausforderung“ behandelt.

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:innen 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.



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 interaktiv aufbereiteten Schulungseinheiten dienen der Unterstützung und Weiterbildung der Mitarbeiter:innen über ein intuitives Lernformat. Im Berichtszeitraum wurden 309.610 Abschlüsse bei Online-Schulungen durchgeführt und 7.075 Tage Präsenzveranstaltungen besucht. Dabei zeigt sich weiterhin der deutliche Trend hin zum E-Learning, der durch COVID-19 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, 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/die direkte Vorgesetzte führt das Entwicklungsgespräch einmal im Jahr mit seinen/ihren Mitarbeiter:innen.

Neben der Zusammenführung der Management (MAG)-Systeme von BILLA und Merkur wurden adaptierte, verkürzte Gesprächsbögen und Infosheets für die Märkte zur Verfügung gestellt und die Mitarbeiter:innengespräche in die Jahreszielplanung integriert. In den Märkten konnten 97 Prozent aller Gespräche geführt werden. In den Zentralbereichen konnte eine Rückmeldequote von 87 Prozent erreicht werden.



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 fördern und Mitarbeiter:innen unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion, sexueller Identität, Herkunft oder Behinderung dis-

kriminierungsfreie 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“. Der Schwerpunkt liegt weiterhin in der Erhöhung der Anzahl von Mitarbeitenden mit Behinderungen, der digitalen Barrierefreiheit und in baulichen Maßnahmen in den Filialen. Die Zahl der Menschen mit Behinderungen konnte im Berichtszeitraum auf 802 erhöht werden (+12 Prozent zum Vorjahr).

In Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern wurden zahlreiche Projekte intensiviert. Hervorzuheben ist dabei die langjährige Kooperation mit dem Blindenverband in Wien. Für einige blinde Mitarbeiter:innen konnten gerade bei BILLA Plus eigene Aufgabengebiete gefunden werden. Im Berichtszeitraum beschäftigte die REWE Group in Österreich über 200 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 bei BILLA mit der Organisation TIW speziell in Wien zusammengearbeitet, die beim Auswahlprozess unterstützt. Bei BIPA wurde für Menschen mit Behinderungen ein eigenes Jobprofil für unterstützende Tätigkeiten in den Märkten ausgearbeitet.



Um die Integration am Arbeitsplatz zu unterstützen, arbeitet die REWE Group in Österreich mit zahlreichen Organisationen zusammen, die vom Netzwerk betriebliche Assistenz (NEBA) koordiniert werden. Insbesondere bei der österreichweiten Suche nach Lehrlingen unterstützen die NEBA-Ansprechpartner:innen die REWE Group Personalabteilung und die Führungskräfte.

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 sonstigen rechtlichen Fragen. Zudem sind sie dem Arbeitgeber bei der Ausstattung von behindertengerechten Arbeitsplatzadaptierungen behilflich.

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 zur online Barrierefreiheit. Um auch die Kommunikation barrierefreier 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.

Seit Dezember 2021 wurde in einer BILLA-Pilotfiliale das Konzept "Stille Stunde" umgesetzt. Dabei werden täglich für eine Stunde die Musik- und Informationseinschaltungen im Geschäft ausgeschaltet. Damit will man vor allem Kund:innen mit Autismus, ein angenehmeres Einkaufserlebnis ermöglichen. Kooperationspartner ist der Verein Specialisterne. Außerdem bietet BILLA ein barrierefreies Flugblatt an, das wöchentlich mit den aktuellen Aktionen als Liste auf der BILLA-Webseite abrufbar ist.

Für Mitarbeiter:innen wurde für einen sensiblen Umgang mit Kund:innen mit Demenz Kurzvideos und ein Handlungsleitfaden gemeinsam mit der Uni Krems entwickelt.

Behindertenquote (exklusive ADEG Kaufleute)

	2019	2020	2021
Behindertenquote nach Köpfen in Prozent	1,6	1,7	1,9

Integration von geflüchteten Jugendlichen

Die REWE Group in Österreich hilft jungen Menschen mit Fluchthintergrund bei der Integration in die Gesellschaft und ins Berufsleben. Um sie bei ihrem Einstieg ins Berufsleben zu unterstützen, wird ein gezieltes Recruiting durchgeführt und nach erfolgreichen Praktika Lehrstellen angeboten. 2021 starteten neun Jugendliche mit Fluchthintergrund eine Ausbildung. Einige Jugendliche haben es auch bereits in das Ausbildungsprogramm für Nachwuchsführungskräfte der Handelsfirmen geschafft und arbeiten damit mit sehr guten Erfolgsaussichten an ihren nächsten Karriereschritten. Insgesamt sind 306 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. Grundsätzlich wird gerade bei vertikalen Führungsprogrammen das Augenmerk auf Ausgewogenheit von Geschlechtern gelegt.



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 LGBTIQ (lesbian, gay, bisexual, transexuell/transgender, intersexual und queer) auseinander und fördert den Austausch von Erfahrungen unter Mitarbeiter:innen. Gemeinsam setzt das Netzwerk Ideen um, damit Vorurteile abgebaut werden.

Anlässlich der ViennaPride im Juni 2021 gab es auch mehrere Radio-Interviews mit LGBTIQ-Mitarbeiter:innen für die interne Kommunikation.

2021 wurde im Unternehmen eine einheitliche, inklusive und gendergerechte Sprache im Unternehmen eingeführt. Das verwendete Maskulinum wurde mit Einführung des "Doppelpunktes" abgelöst. Damit wird man der Geschlechtervielfalt im Unternehmen gerecht. Sämtliche Kommunikationskanäle intern/extern als auch die Stellenbeschreibungen wurden und werden laufend angepasst. Der Doppelpunkt signalisiert allen Geschlechtern oder Geschlechteridentitäten, dass sie mitgemeint sind. Die Barrierefreiheit wurde ebenso darin berücksichtigt. Eine einheitliche Verwendung eines „inklusive“ Zeichens, hilft dem:der User:in sich auf der Webseite zurecht zu finden, wenn gleich auch klar ist, dass jedes zusätzliche Zeichen immer eine „Barriere“ darstellt.

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 2021 wie in den Jahren davor bei rund 73 Prozent. Der Frauenanteil im Top-Management liegt bei 13,8 Prozent, während 64,1 Prozent der Führungskräfte weiblich sind (2020: 65,4 Prozent).

Anteil Frauen im Top-Management (exklusive ADEG Kaufleute)

	2019	2020	2021
Anteil Frauen im Top-Management in Prozent	12,5	12,5	13,79

Anteil Frauen in Führungspositionen (exklusive ADEG Kaufleute)

	2019	2020	2021
Anteil Frauen in Führungspositionen in Prozent	65,1	65,4	64,1

Anteil Frauen in Führungspositionen (exklusive ADEG Kaufleute)

	2019	2020	2021
Anteil Frauen gesamt in Prozent	73,8	73,3	72,9



Zusammensetzung der leitenden Kontrollorgane

	JAHR	KÖPFE	♀ FRAUEN %	♂ MÄNNER %
Vorstand REWE International AG	2019	5	0	100
	2020	5	0	100
	2021	5	0	100
Aufsichtsrat REWE International AG	2019	5	0	100
	2020	5	0	100
	2021	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 LGBTIQ-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, wobei die vertrauliche Behandlung gewährleistet wird. 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 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. 2021 wurden 25 Meldungen von Mitarbeitenden bearbeitet, davon waren drei weder einer Diskriminierung noch einer sexuellen Belästigung zuordenbar. Im Detail wurden drei Diskriminierungen aufgrund der Religion (Handlung durch einen Kunden) und sexueller Orientierung gemeldet. 19 sexuelle Belästigungen fanden statt: Acht Mal durch den:die Vorgesetzte:n, zwei Mal durch Kund:innen, fünf Mal waren Lehrlinge betroffen und vier Mal wurde sexuelle Belästigung durch Kolleg:innen festgestellt. Die Konsequenz war neun Trennungen sowie Versetzungen, Verwarnungen oder Belehrungen. Ein Vorfall mit einem Kunden wurde polizeilich zur Anzeige gebracht. Ausgewählte Betriebsrät:innen und Ansprechpersonen aus der Personaladministration sind Ansprechpartner:innen zu den einzelnen Themen.

Im Frühjahr 2021 wurde eine Plakatkampagne zur Sensibilisierung in allen Märkten, Lägern, Außengeschäftsbereichen und Zentralbereichen der REWE Group umgesetzt. Seit Herbst 2021 gibt es für BILLA Führungskräfte ein verpflichtendes E-Learning zum Thema Diskriminierung.

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. Die REWE Group in Österreich engagiert sich unter anderem für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen. Sie verfolgt das Ziel, ihre Bildungschancen zu verbessern, und fördert die Chancengleichheit in Österreich. 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 heranzuführen. 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 Mittelseinsatz 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

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.

„Bewusste Ernährung und Bewegung“, „Chancen für Kinder und Jugendliche“, „Bewusster Umgang mit Lebensmitteln“ sowie „Artenvielfalt und Umweltschutz“ sind die vier Handlungsfelder der Säule „Gesellschaftliches Engagement“ innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group in Österreich. Um diese vier einzelnen Themen voranzutreiben, engagiert sich das Handelsunternehmen in einer Vielzahl von Projekten.

INDIREKTE ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN GRI 203

GRUNDSÄTZE

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. In Bezug auf Spenden und Sponsoring gilt für die REWE Group eine konzernweite Richtlinie, die als grundlegendes Regelwerk dient. Demnach achtet das Unternehmen bei der Durchführung von Projekten und Initiativen darauf, dass diese mit dem Leitbild der REWE Group übereinstimmen und im Einklang mit ihren Compliance- und Nachhaltigkeitsgrundsätzen stehen.

UMSETZUNG

Im Rahmen ihres gesellschaftlichen Engagements setzt die REWE Group in Österreich auf langfristige Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen. Die Zusammenarbeit schafft Zusammenhalt und sichert den Erfolg der Projekte. Das Thema Bildung liegt der REWE Group in Österreich besonders am Herzen und ist Bestandteil in Projekten aller Vertriebslinien. Zusätzliche Schwerpunkte werden durch das Kerngeschäft der Vertriebslinien definiert sowie durch die vier Handlungsfelder,

in denen Projekte entstehen: Bewusste Ernährung und Bewegung, Chancen für Kinder und Jugendliche, Bewusster Umgang mit Lebensmitteln sowie Artenvielfalt und Umweltschutz.

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

Mit ihrem gemeinnützigen Verein DER Touristik Foundation bekennt sich die DER Touristik als international agierender Reisekonzern zu ihrer sozialen Verantwortung gegenüber den Menschen und der Natur in den Reiseländern. Das Potenzial des Tourismus soll genutzt werden, um die Umwelt zu schützen und die wirtschaftliche Entwicklung in den gastgebenden Ländern zu fördern. Mit der DER Touristik Foundation bündelt die DER Touristik ihr gesellschaftliches Engagement über die Geschäftstätigkeit hinaus und stellt sicher, dass Förderprojekte wirksam und nachhaltig unterstützt werden.

Die DER Touristik Foundation setzt sich dafür ein, die sozialen und wirtschaftlichen Lebensumstände der Menschen und die ökologischen Lebensräume in weniger entwickelten touristischen Regionen weltweit zu fördern und zu schützen. Bildungsmaßnahmen sollen Perspektiven schaffen und die Menschen vor Ort befähigen, Armut und Ungleichheit zu verringern, zu Wachstum und Wohlstand beizutragen und sich für den Erhalt von Natur und Tierwelt einzusetzen.

So hat die DER Touristik Foundation seit 2014 den Bau und die Renovierung von mehr als 62 Schulen in 21 Ländern auf fünf Kontinenten vorangetrieben. Allein 2021 konnten mithilfe der Spendengelder insgesamt vier Schulbauprojekte umgesetzt werden. Je eine Schule in Kenia, Madagaskar und Indien wurde neu gebaut, eine Schule in Südafrika wurde mit Desinfektionsmitteln und Hygienestationen, Plexiglasscheiben für die Schüler:innen, Schutzvisieren für die Lehrer:innen



und weiteren Tischen/Stühlen Corona-gerecht ausgestattet. Mithilfe dieser Projekte erhalten Kinder und Jugendliche Zugang zu Bildung und damit erhöhte Chancen auf ein selbstbestimmtes Leben.

ERHEBLICHE INDIREKTE ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN

GRI 203-2

Mit über 2.500 Märkten in Österreich hat die REWE Group national insgesamt über 45.000 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.

„AUFRUNDER BEWIRKEN WUNDER“

Kund:innen in den Handelsfirmen BILLA, BILLA Plus, 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 2021 über 1 Million Euro gesammelt. Im Berichtszeitraum kamen über 170.000 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 Projekten zuweist. So unterstützt BILLA beispielsweise die 36 Sozialberatungsstellen des Familienhilfefonds der Caritas, in denen Familien in dramatischen Situationen Hilfe finden. 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 auch 2021 im Rahmen einer Verdoppelungsaktion von der REWE Group in Österreich zusätzlich 26.381 Euro zugunsten der Caritas Corona Nothilfe gespendet. Insgesamt wurde über 3 Millionen Mal aufgerundet und das zweithöchste Ergebnis seit 2013 erzielt.

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, BILLA Plus, 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 2021 Lebensmittel im Wert von 27 Millionen Euro an soziale Einrichtungen. Die Kosmetik- und Hygieneartikel-Spenden von BIPA beliefen sich im Berichtszeitraum auf mehr als 1,5 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 zugutekommen.

Darüber hinaus arbeitet die REWE Group in Österreich mit Landwirt:innen, Tierheimen, Foodsharern, sowie dem Unternehmen 2good2go zusammen. Kooperationen mit innovativen Start-ups wie z.B. „Unverschwendet“ stellen eine weitere wichtige Maßnahme im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung dar. Überschüssige 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 BILLA Plus. Des Weiteren bieten wir in ausgewählten Billa und Billa Plus Filialen unser O&G Sackerl an. Es handelt sich dabei um Ware, die keine Originalverpackung mehr hat, aus dessen Verpackungseinheit ein einzelnes Stück beschädigt ist oder welches trotz kleiner optischer Mängel völlig in Ordnung und einwandfrei genießbar ist. So erhalten Apfel, Banane, Paprika, Kartoffel und Co. eine zweite Chance und werden – je nach Verfügbarkeit – zu einem vergünstigten Fixpreis von 3 Euro pro 3-Kilo-Sackerl angeboten.



Für eine effiziente Abwicklung der Anfragen um Sachspenden im Rahmen der Corona-Hilfe 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

Die Stiftung „Blühendes Österreich“ wurde 2015 von der REWE Group in Österreich gemeinsam mit der Naturschutzorganisation BirdLife Österreich gegründet. Der Stiftungsauftrag besteht in einer strategischen, transparenten und systematischen Finanzierung von Naturschutzprojekten. Indem Projekte gemeinsam mit Partner:innen aus öffentlichen Institutionen, gemeinnützigen Organisationen, Gemeinden, Vereinen und der Privatwirtschaft realisiert werden, stärkt „Blühendes Österreich“ insbesondere die regionale Zusammenarbeit. Heute ist die Stiftung nicht nur die erste, sondern auch die größte privatwirtschaftliche Initiative für Biodiversität und nachhaltige Landwirtschaft in Österreich. 2021 betrug das Stiftungsbudget 700.000 Euro.

Die Naturschutzstrategie 2018–2022 der Stiftung mit dem Titel „Nachhaltigkeit verankern, Österreichs Vielfalt leben“ verfolgt das Ziel, bis 2022 insgesamt 1.000 Hektar an bedrohten ökologischen Flächen zu schützen. 2021 nahmen 121 Betriebe an dem Programm FLORA (Förderung von Landwirt:innen und Organisationen zur Rettung unserer Artenvielfalt) teil. Seit 2015 wurden bereits 232 Landwirt:innen, Naturschutzorganisationen, Gemeinden und andere Initiativen finanziert und dadurch 951 Hektar ökologisch wertvolle Flächen erhalten. Die finanzielle Unterstützung dient den klein strukturierten, bäuerlichen Familien außerdem als wirtschaftliche Planungsperspektive und sichert Arbeitsplätze.

Das Citizen Science Projekt „Schmetterlinge Österreichs“ mit der Schmetterlings-App entwickelte sich zu einer der erfolgreichsten Schmetterlingszählaktionen in Europa. Rund 183.000 Schmetterlingsbeobachtungen wurden 2021 von über 22.000 Freiwilligen gemeldet.

Neben dem Schutz von ökologisch hochwertigen Flächen ist Bewusstseinsbildung ein wichtiger Teil der Arbeit von Blühendes Österreich. Um eine Breitenwirkung zu erzielen, kommunizieren BILLA und BILLA Plus regelmäßig über ihre Kanäle wie Kundenmagazine, Newsletter oder Social Media über die Initiative. Mit 1,3 Mio. Seitenaufrufen im Jahr 2021 ist die Website [bluehendesoesterreich.at](https://www.bluehendesoesterreich.at) die stärkste digitale Plattform für Naturtourismus und Naturcontent. Im Naturerlebnis-

Portal bündelt Blühendes Österreich mehr als 95 Organisationen mit tausenden Naturveranstaltungen pro Jahr. Darüber hinaus werden wöchentlich hochwertige Text-, Bild- und Videobeiträge zu Natur-, Biodiversitäts- und Nachhaltigkeitsthemen veröffentlicht. Rund 80.000 Fans auf Facebook und über 26.000 Newsletter-Bezieher:innen interessieren sich für die Naturbeiträge von Blühendes Österreich.

LERNEN MACHT SCHULE

Lernen macht Schule tritt gegen die Tatsache an, dass Armut im Elternhaus massiv die Chancen auf Bildung einschränkt. 260 WU-Studierende und rund 150 Kinder aus sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen lernten im Studienjahr 2020/21 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 voneinander lernen und profitieren: Die Kinder durch das gemeinsame Lernen, die Studierenden durch die Übernahme von Verantwortung und beide Gruppen durch das Kennenlernen anderer Kulturen und Lebenswelten. 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 1.400 Studierende bei "Lernen mach Schule" engagiert und insgesamt über 136.000 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.

FUNKEN WÄRME UND AKTION GLÜCKSKIND

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.

Die „Aktion Glückskind“ und „Funken Wärme“ der Caritas werden seit 2007 jährlich von BILLA unterstützt. 2021 wurden dafür 150.000 Euro gespendet. 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.

WEISSER RING

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.

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 Beratungs-

angebote in Anspruch nehmen. Mit Hilfe der BIPA Gutschein Cards 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 zugute.

Im Rahmen dieser Spendenpromotion wurde 2021 bereits zum 5. Mal das Spendenziel von 100.000,- Euro für 3.000 Schlafplätze in den Caritas Mutter-Kind-Häusern erreicht.

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 Brustkrebsfrüherkennung aufmerksam zu machen. Um Frauen immer wieder an ihre Früherkennungsuntersuchungen 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.

Auch beim Thema Periodenarmut unterstützt BIPA Frauen und Mädchen, für die diese Produkte eine große finanzielle Belastung darstellen. Von Oktober 2021 bis Jänner 2022 hat BIPA das Pilotprojekt „Rote Box“ der Stadt Wien gesponsert. Im 20. Bezirk wurden an 4 Standorten über 80.000 Tampons und knapp 95.000 Binden ausgegeben. Weiters kann man sich in allen BIPA Filialen bei kurzfristigem Bedarf an der Kassa kostenlos ein Stück eines Damenhygiene-Artikels von BI COMFORT – Tampon normal oder Ultra Binde mit Flügel – holen. Dies gilt auch für alle BIPA Mitarbeiter:innen in den Filialen.

Bereits seit 2017 arbeitet BIPA bei der Konfektionierung der Bonusboxen, die man für 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 zu geben. 2021 wurden so 120.000 Boxen konfektioniert. Für diese Tä-



tigkeit waren ca. 65 Personen das ganze Jahr über im Einsatz. Ausgewählte Produkte, die nicht mehr für den Verkauf einsetzbar, aber zur Verwendung weiterhin einwandfrei sind, werden flächendeckend in ganz Österreich an Sozialmärkte und Kooperationspartner wie Rotes Kreuz, Caritas, den österreichischen Tafeln und weiteren, kleineren karitativen Einrichtungen abgegeben. 2020 wurden Produkte im Verkaufswert von mehr als Euro 2,1 Mio. gespendet, 2021 im Wert von Euro 1,5 Mio. Damit finden diese eine sinnvolle Verwendung und helfen Menschen in Not.

ADEG

Für die ADEG mit ihren selbständigen Kaufleuten sind die Themen soziales und gesellschaftliches Engagement, die Erhaltung der lokalen Nahversorgung sowie die Förderung von Österreichs Regionen ein besonderes Anliegen. Die Kaufleute sind stark in ihren Regionen verwurzelt. Sie verstehen die regionalen Besonderheiten, sind sozialer und wirtschaftlicher Treffpunkt und übernehmen damit Verantwortung für die Bewohner:innen der Region.

Dies zeigt sich in der Projekt-Vielfalt, die die ADEG Kaufleute in ihren Heimatgemeinden fördern und unterstützen. Vom Pflanzen einer Schmetterlingswiese, über die Unterstützung von Vereinen, der Lebensmittel-Versorgung von Altersheimen oder das unkomplizierte Etablieren von Lieferservices für ältere Menschen bis hin zur Spenden-Sammlung für Kinder in Not und Kooperationen gegen Lebensmittelverschwendung.

Viele regionale, aber feine Projekte wie die „genießBar“ zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung werden zum Beispiel von ADEG Kaufmann Michael Kulcsar in Unken betreut. Dabei spendet er regelmäßig Produkte, die nicht mehr verkauft werden dürfen, aber „genießBar“ sind.

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 Kauffrau Christine Neumair in Kaprun übernahm eine Bienenpatenschaft für 10 Bienenvölker.

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. Der ADEG Markt des Steirers Gernot Piber wiederum etablierte sich als „Grünes Warenhaus am Land“. In Möderbrugg zeigt er zukunftsreife Lösungen für ein nachhaltiges Energiekonzept. Ein besonderes Anliegen ist ihm E-Mobilität, weshalb er am Parkplatz des Marktes sechs Ladestationen zur Verfügung stellt.



Kinderschutz

MANAGEMENTANSATZ

Der Tourismus setzt Kinder besonderen Gefahren sexueller Ausbeutung aus. Nach Schätzungen des Kinderhilfswerks UNICEF werden jedes Jahr weltweit etwa zwei Millionen Mädchen und Jungen schon in frühester Kindheit sexuell ausgebeutet. Auch eine von ECPAT International – Arbeitsgemeinschaft zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung – veröffentlichte globale Studie zur sexuellen Ausbeutung von Kindern im Tourismus zeigt, dass mehr Kinder als je zuvor von sexueller Ausbeutung betroffen sind. Die steigende Zahl der Reisenden, das Internet und mobile Technologien haben die Zunahme sexueller Gewalttaten gegenüber Kindern im Tourismus verstärkt. Aus diesem Grund trägt die Reisebranche eine besondere Verantwortung für den Schutz von Kindern.

Das Thema Chancen für Kinder und Jugendliche ist ein Handlungsfeld der Säule Gesellschaftliches Engagement innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group in Österreich. Mit ihren Aktivitäten in diesem Handlungsfeld verfolgt die REWE Group unter anderem das Ziel, den Schutz von Kindern zu gewährleisten.

LOKALE GEMEINSCHAFTEN

GRI 413

Als Teil der DER Touristik unterstützt die REWE Austria Touristik die Nachhaltigkeitsziele im Touristikbereich. Die DER Touristik vertritt eine sehr ambitionierte Kinderschutzpolitik. 2012 definierte sie Grundsätze, die Kinder des Urlaubslandes sowie Kinder von Gästen schützen und der Wahrung ihrer Rechte innerhalb der Tourismuswirtschaft dienen. Im Fokus liegt dabei die Prävention der sexuellen Ausbeutung von Kindern im Tourismus.

Am 11. März 2016 unterzeichnete Sören Hartmann, Chief Executive Officer (CEO) der DER Touristik Group, im Rahmen der Tourismusmesse ITB in Berlin den Verhaltenskodex „The Code“ zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung. Dieser basiert auf der UN-Menschenrechtserklärung und der UN-Konvention über die Rechte des Kindes. Für seine Umsetzung ist ECPAT Deutschland e. V. verantwortlich, die der DER Touristik als kompetenter Partner zur Seite steht. Mit der Unterzeichnung bekennt sich die DER Touristik zu dem Kodex und

verpflichtet sich zur Einhaltung folgender Aspekte, die bereits aktiv und vollständig umgesetzt werden:

- Einführung einer Richtlinie und von Maßnahmen gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern
- Durchführung von Mitarbeiter:innenschulungen über die Rechte von Kindern, die Prävention sexueller Ausbeutung sowie das Melden von Verdachtsfällen
- Vermerk einer Klausel in den Hotelverträgen, dass die sexuelle Ausbeutung von Kindern durchweg abgelehnt und in keinem Falle toleriert wird
- Bereitstellen von Informationen für Reisende über die Rechte von Kindern, über die Prävention sexueller Ausbeutung sowie über Möglichkeiten, sich durch die Meldung von Verdachtsfällen aktiv am Kinderschutz zu beteiligen
- Unterstützung von und Zusammenarbeit mit Stakeholdern im Kampf gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern
- Mitarbeit in der Arbeitsgruppe Kinderschutz im DRV
- Jährlicher Report über die Umsetzung von „The Code“

UMSETZUNG

Die Kinderschutzpolitik der DER Touristik wird an allen Destinationen deutlich kommuniziert. Sie ist zudem ein zentraler Themenschwerpunkt innerhalb eines Schulungskonzepts. Dieses sensibilisiert Hotelmitarbeiter:innen und Reiseleiter:innen in den Zielgebieten sowie Mitarbeiter:innen an den Zentralstandorten, in den Zielgebietsagenturen und bei wichtigen Partnern für das Thema. Zudem wird erklärt, wie mit Verdachtsfällen umzugehen ist.

2021 wurde erstmals ein digitales Format für Live-Schulungen in Form von interaktiven Webinaren umgesetzt. Ebenfalls wurden in verschiedenen der bereits ausführlich geschulten Hotels Auffrischkurse im Rahmen allgemeiner Schulungsmaßnahmen umgesetzt. Zudem nahmen Mitarbeiter:innen an Online-Schulungen der DER Touristik, durchgeführt von ECPAT, teil. 2021 wurden insgesamt 62 Personen (2020: 0 aufgrund Corona; 2019: 102) zu diesem Thema geschult. Die vergleichsweise geringe Zahl ist erneut der Corona-Pandemie zuzuschreiben – die regulären Schulungen wurden erst zum Ende des Berichtsjahres wieder aufgenommen.

Im Rahmen ihres Informations- und Präventionskonzepts engagiert sich die DER Touristik mit weiteren Sensibilisierungs-



maßnahmen. So werden beispielsweise Reisende aktiv über den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Urlaub informiert. Im Mittelpunkt steht dabei die Meldeplattform „nicht-wegsehen.net“, die von ECPAT Deutschland betrieben wird und über die Urlauber:innen Verdachtsfälle und Straftaten melden können.

Des Weiteren beteiligt sich die DER Touristik an der Gestaltung regelmäßig stattfindender Destinationsworkshops, die vom Deutschen Reiseverband und ECPAT organisiert werden. Teilnehmer:innen sind verschiedene Stakeholder der Dienstleister:innen vor Ort, mit denen die DER Touristik unter anderem auch in Kinderschutz-Gremien auf multilateraler Ebene zusammenarbeitet. Diese werden im Rahmen der Workshops über sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus informiert, entsprechend sensibilisiert und im Hinblick auf den Umgang mit Verdachtsmomenten und Möglichkeiten zur Prävention geschult. Zuletzt fanden 2018 zwei Workshops in Indonesien statt. Die für 2020 und 2021 geplanten Workshops mussten aufgrund der Corona-Pandemie abgesagt werden. Die Fortführung ist für 2022 geplant.

GESCHÄFTSTÄTIGKEITEN MIT ERHEBLICHEN TATSÄCHLICHEN ODER POTENZIELLEN NEGATIVEN AUSWIRKUNGEN AUF LOKALE GEMEINSCHAFTEN

GRI 413-2

2021 führte die DER Touristik eine Risikoanalyse durch, um Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wie die Rechte von Kindern innerhalb der touristischen Wertschöpfungskette und bei ihren Partnern durch verschiedene Aktivitäten berührt werden. Diese zeigte zum einen, dass relevante Risiken in diesen Wertschöpfungsketten gut identifiziert werden können. Zum anderen konnte abgeleitet werden, dass Produkte und Aktivitäten des gemeindebasierten Tourismus oder Besuche bei sozialen Projekten eine Spezifizierung der bisherigen Regelungen erfordern. Hierzu sollen Maßnahmen und Anforderungen formuliert werden, um existierende Strategien zum Kinderschutz über die Prävention der sexuellen Ausbeutung hinaus zu komplementieren und in einen weiter gefassten Ansatz zu überführen. Somit sollen unterschiedliche, mit touristischen Aktivitäten verbundene Risiken minimiert und dabei der Nutzen für Gemeinschaften über die Teilhabe an der touristischen Wertschöpfung maximiert werden.

Es ist zudem geplant, die Kinderschutzpolitik der DER Touristik durch eine umfängliche Richtlinie zu ergänzen. Basierend auf den Kinderschutz-Grundsätzen der DER Touristik soll die Richtlinie Anforderungen für unterschiedliche Aktivitäten spezifizieren und die Zielgruppen erweitern. Des Weiteren soll sie für interne und externe Stakeholder umfassende Informationen bereitstellen und über Projekte, Kampagnen und Branchendialog Veränderungen bewirken. Im Vordergrund stehen dabei die Reduzierung von Risiken und die Stärkung der Rechte von Kindern und Familien. Die Erweiterung der Strategie zum Kinderschutz steht auch im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie und der damit gestiegenen Vulnerabilität von Kindern weltweit.

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

Homepage: www.rewe-group.at

Gestaltung: Marian Inhouse-Agentur der REWE Group

Copyright Hinweise: ©BILLA AG/Lukas Lorenz; ©MAXFIVE;

©Free Image by Scott Graham/Unsplash;

BILLA

PENNY
MARKT

BIPA

✚ ADEG