

NACH HALTIG KEITS BERICHT







gemeinsam
NACHHALTIG





6 VORWORT



MANAGEMENT

10	UNTERNEHMENSSTRUKTUR
14	WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG
15	UNTERNEHMENSZAHLEN DER REWE GROUP IN ÖSTERREICH
16	COMPLIANCE & GOVERNANCE
20	STAKEHOLDERDIALOG
22	WESENTLICHKEITSANALYSE
26	NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE



GRÜNE PRODUKTE

30	STRATEGISCHER ANSATZ
32	PRODUKTBEZOGENE RISIKOANALYSEN
33	FOKUSROHSTOFFE – FOOD
35	FOKUSROHSTOFFE – NON-FOOD
36	VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE
40	NACHHALTIG INFORMIEREN
42	REGIONALITÄT & BIO
44	BIODIVERSITÄT
45	BLÜHENDES ÖSTERREICH – BILLA GEMEINNÜTZIGE PRIVATSTIFTUNG
49	TIERWOHL
52	PLANT-BASED: 100% PFLANZLICH
55	KUND:INNENGESUNDHEIT & PRODUKTSICHERHEIT



ENERGIE, KLIMA & UMWELT

60	STRATEGISCHER ANSATZ
62	ENERGIE
65	KLIMASCHUTZ
71	RESSOURCENSCHONUNG
74	ABFALL



MITARBEITER:INNEN

80	STRATEGISCHER ANSATZ
81	BESCHÄFTIGUNG
85	ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER:INNEN-VERHÄLTNIS
86	ARBEITSSICHERHEIT & GESUNDHEITSMANAGEMENT
88	AUS- & WEITERBILDUNG
90	VIELFALT & CHANCENGLEICHHEIT
92	GLEICHBEHANDLUNG



GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

96	STRATEGISCHER ANSATZ
97	PROJEKTE & FÖRDERUNGEN
102	BERICHTSPROFIL
103	GRI-INHALTSINDEX
105	VERZEICHNISSE





GELEBTE VERANTWORTUNG AUF ALLEN EBENEN – VON DER ÖKOLOGISIERUNG DER MÄRKTE BIS ZUM NACHHALTIGEN SORTIMENT

Liebe Leser:innen,

als genossenschaftlich organisierter Lebensmittelhändler denken wir nicht in Quartalen, sondern in Generationen. Wir übernehmen gesellschaftliche Verantwortung, setzen aktiv Maßnahmen für ein ökologisch nachhaltiges Wirtschaften. Das gelingt nur gemeinsam mit unseren Kund:innen, unseren Partner:innen und natürlich unseren Mitarbeiter:innen.

Die REWE Group ist einer der größten Arbeitgeber und Lehrlingsausbildner in Österreich, beschäftigt Mitarbeiter:innen aus mehr als 115 Ländern, steht für Diversität und Chancengleichheit und bietet zahlreiche neue Arbeitsmodelle und Karrierechancen.

Bei der Standortentwicklung stehen die Zeichen auf grün – auf eine Modernisierung und Ökologisierung des Filialnetzes. Das bedeutet unter anderem, dass wir bereits seit 2008 zu 100 Prozent Grünstrom verwenden und auf eine klimaschonende Bauweise, etwa durch Begrünungen, Wertlegen. Insbesondere bei Standorten, an denen Kühlung und Beleuchtung zu den größten Energieverbrauchern zählen, setzen wir auf innovative Energiekonzepte. Für unsere Kund:innen bauen wir das Netz an E-Ladestationen stetig aus.

Bei der Sortimentsgestaltung halten wir an unsere Pionierrolle in den Bereichen Bio, Plant-based und Tierwohl fest. Trotz schwieriger Rahmenbedingungen in Zeiten hoher Inflation, ist unser Bio-Bereich auch 2023 weitergewachsen. Unsere BILLA-Biomarken Ja! Natürlich“ und „BILLA Bio“ sowie die PENNY-Marke „ECHT BIO!“ ermöglichen Kund:innen aus allen Einkommensklassen den Zugang zu hochwertigen, nachhaltigen Lebensmitteln. Parallel dazu

bauen wir unser lokales und regionales Angebot weiter aus – unter anderem unter den Marken „Da komm' ich her!“ (BILLA, BILLA PLUS und ADEG) oder „Ich bin Österreich“ (PENNY).

Neue Maßstäbe haben wir auch im Fleisch-Bereich gesetzt: Bei allen BILLA und BILLA PLUS Märkten mit Frischfleisch-Theken sind ausschließlich Produkte in „Tierwohl“-Qualität erhältlich. Neben Ja! Natürlich haben wir gemeinsam mit unseren Partnerbetrieben mit „Fair zum Tier“ auch in der konventionellen Landwirtschaft höhere Tierwohl-Standards gesetzt, als sie der Gesetzgeber vorschreibt.

Eine Vorreiterrolle übernehmen wir auch beim plant-based Angebot. So haben wir den ersten rein pflanzlichen Supermarkt eines klassischen Lebensmitteleinzelhändlers in Europa eröffnet, BILLA PLUS bietet Kund:innen mit 7.000 Produkten das größte rein pflanzliche Sortiment Österreichs. PENNY hat 2022 eine vegane Eigenmarke „Food For Future“ gelauncht.

In Vorbereitung auf die Einführung des Pfandsystems im nächsten Jahr wurden bei PENNY bereits im Juli 2023 die ersten Leergut-Rückgabe-Automaten installiert. Das Mehrweg-Sortiment wurde ebenfalls angepasst und erweitert, um den Bedürfnissen der Kund:innen gerecht zu werden. Diese bedeutende Erweiterung des Sortiments markiert einen Meilenstein für PENNY und unterstreicht das Engagement des Unternehmens für Nachhaltigkeit und Umweltschutz.

Mit der gemeinnützigen BILLA-Privatstiftung „Blühendes Österreich“ engagieren wir uns im Umwelt- und Artenschutz, mit Initiativen wie „Aufrunder bewirken Wunder“

unterstützen wir gemeinsam mit unseren Kund:innen Familien in Notlagen. Unsere Drogeriekette BIPA setzt sich mit der Aktion „Rote Box“ für von Periodenarmut betroffene Frauen ein. In Kooperation mit Greenpeace kennzeichnet BIPA seit 2022 nachhaltige Produkte in allen Filialen in Österreich sowie im Online-Shop mit dem grünen Etikett.

Im vergangenen Jahr startete darüber hinaus die Bildungsinitiative „Wasser voller Leben“ in Zusammenarbeit mit dem Verband der Naturparke Österreichs, um an Kindergärten und Schulen Nachhaltigkeitsprojekte zum Thema Wasser zu unterstützen.

Die Zeiten bleiben dennoch herausfordernd. Die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) bringt zusätzlichen administrativen Aufwand und Investitionsbedarf. Die Einführung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG), der kommenden Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) oder der EU-Verordnung zur Entwaldung (EUDR) stellen uns und unsere Partner:innen entlang der Lieferkette vor zusätzliche Aufgaben.

Für uns ist die Übernahme von Verantwortung entlang der Lieferkette nichts Neues, sondern gelebte Praxis. Ob bei Bio- oder im regionalen und lokalen Sortiment oder bei zahl-reichen Eigenmarken, die bereits Fairtrade oder Rainforest Alliance zertifiziert sind. Wir sehen uns daher auf unserem Weg bestätigt, stehen aus Überzeugung hinter dem European Green Deal. Als eines der größten Unternehmen Österreichs sehen wir es als unsere Verantwortung, die Zukunft aktiv mitzugestalten und die Potenziale einer zirkulären Wirtschaft zu verwirklichen.



Wir danken allen unseren Stakeholdern für ihre kontinuierliche Unterstützung, ihr Vertrauen und ihre Loyalität und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit bei vielen spannenden Projekten des Wandels, die noch vor uns liegen. Nachhaltigkeit ist und bleibt ein Anker unserer Unternehmensphilosophie. Vor diesem Hintergrund sind wir stolz, Ihnen den Nachhaltigkeitsbericht 2023 der REWE Group Österreich präsentieren zu können.

Ihr Marcel Haraszti und Michael Jäger
Vorstände REWE International AG



REWE





MANAGEMENT



GRI 102-1; 102-3; 102-5; 102-6

Die REWE Group in Österreich ist Teil der REWE International AG, einer Tochter der deutschen REWE Group, einer genossenschaftlich strukturierten und international tätigen Unternehmensgruppe im Handels- und Touristikbereich. Das Geschäft der REWE International AG mit Sitz in Wiener Neudorf umfasst PENNY International, das Vollsortiment CEE sowie das Vollsortiment Österreich. 2023 waren unter dem Dach der REWE International AG 4.565 Filialen in neun Ländern mit 93.714 Beschäftigten vereint. 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, Michael Jäger, Christoph Matschke und Larsen Espen.

GRI 102-2; 102-4; 102-7; 102-8; 201-1

In Österreich ist die REWE International AG mit insgesamt 2.485 Filialen ihrer Handelsfirmen BILLA, PENNY, BIPA und ADEG vertreten und deckt darüber hinaus den Großhandel in Österreich ab. Dazu zählt die Belieferung der selbstständigen ADEG- und seit 2023 auch BILLA-Kaufleute, der „BILLA stop & shop“ Geschäfte an JET-Tankstellen, der „BILLA Unterwegs“ Geschäfte an Shell Tankstellen, der „BILLA now“ Shops an BP-Tankstellen und des Vorarlberger Lebensmittel- und Gastronomieunternehmens SUTTERLÜTY. Mit 47.176 Mitarbeiter:innen (ohne Mitarbeiter der ADEG-Kaufleute; Mitarbeiter sind sowohl Vollzeit- als auch Teilzeitkräfte, somit gezählte Köpfe) und einem Bruttoumsatz von 10,45 Mrd. EUR ist die REWE Group in Österreich Stütze für Wohlstand und Arbeitsplätze.

GRI 102-41

Alle Arbeitsverträge der Mitarbeiter:innen unterliegen kollektivvertraglichen Regelungen. Die kollektivvertragliche Überzahlung betrug 2023 durchschnittlich 12,89 Prozent. Darüber hinaus wird eine große Bandbreite an sozialen Leistungen geboten, welche Mitarbeiter:innen in allen Situationen des beruflichen und privaten Alltags unterstützen sollen.

GRI 102-2

Über BILLA, BILLA PLUS, PENNY, BIPA und ADEG vertreibt die REWE Group in Österreich eine Vielzahl an Eigenmarken. Die bekanntesten sind „Ja! Natürlich“ & „BILLA Bio“ (Biomarke), „clever“ (Diskontmarke), „Simply Good“ (gekühlte Convenience-Produkte), BILLA, „Wegenstein“ (Wein), „Vegavita“ (pflanzenbasierte Produkte) und „bi good“ (grüne Eigenmarke von BIPA). Unter dem Dach von DERTOUR bieten wir ein attraktives Touristikangebot mit zahlreichen Destinationen an.

Das Einkaufsradio jö.live unterstützt unser breites Sortiment; der hauseigene RG Verlag publiziert unsere Kundenmagazine wie „Maxima“, „frisch gekocht“ (BILLA) und „Land und Leute“ (ADEG). Den Großteil unserer Werbung wickeln wir über unsere Inhouse-Agentur MARIAN ab. Das Tochterunternehmen REWE International Lager- und Transport GmbH organisiert die Zulieferung an die Filialen über die Zentrallager in Wiener Neudorf und Ohlsdorf sowie weitere Regionallager. Unsere 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.

GRI 102-10

Seit rund 30 Jahren ist die REWE International AG auch in Zentral- und Osteuropa erfolgreich. Im Ausland verfolgen wir dasselbe Ziel: Wir wollen zu den Top-Marktteilnehmern gehören und auch in den Regionen Teil der lokalen Wirtschaft sein. Dabei setzt die REWE International AG bei den Produkten wie in Österreich auf Top-Frische, höchstmögliche Qualität und Regionalität, wo immer es geht.

REWE
GROUP

BILLA

BILLA PLUS

PENNY
MARKET

BIPA

ADEG

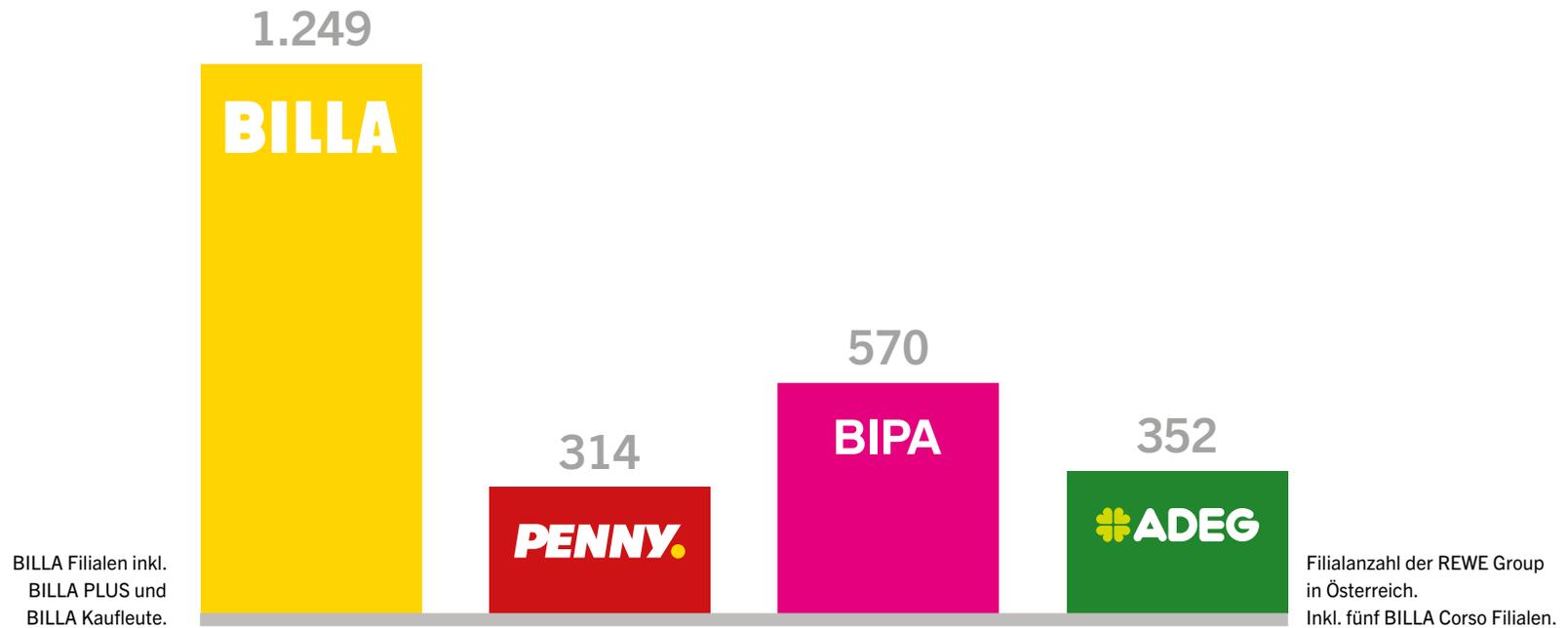




ÜBERBLICK ÜBER DIE GESCHÄFTSFELDER DER REWE GROUP IN ÖSTERREICH

MARKEN & BETRIEBE

EIGENMARKEN | MEDIEN | WEINKELLEREI WEGENSTEIN | FLEISCHVERARBEITUNG | TOURISTIK | GENUSSKÜCHE



DIENSTLEISTER



Abbildung 1: Unternehmensporträt



DIE VERTRIEBSLINIEN DER REWE GROUP INTERNATIONAL AG AUSSERHALB ÖSTERREICHS

- BILLA in Bulgarien, der Slowakei und Tschechien,
- der Diskonter PENNY in Italien, Rumänien, Tschechien und Ungarn,
- der Drogeriefachhändler BIPA in Kroatien
- und der Lebensmittelhändler IKI in Litauen



Abbildung 1: Unternehmensporträt



MANAGEMENTANSATZ

GRI 201

Der langfristige Unternehmenserfolg der REWE Group in Österreich basiert auf ihrer genossenschaftlichen Eigentümerstruktur. Sie ist besonders durch die Werte Solidarität, Zusammenhalt und Nachhaltigkeit geprägt. 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, Lieferant:innen oder das gesamte sozio-ökonomische Umfeld. Aufsichtsrat, Anteilseigner:innen, Kaufleute und Vorstand der REWE International AG bekennen sich zu der auf Dauer angelegten genossenschaftlichen Struktur. Sie garantiert Unabhängigkeit und Selbstbestimmung.

Die REWE Group in Österreich will ökonomisch langfristig erfolgreich sein und ist daher bestrebt ihre Geschäftstätigkeiten umwelt- und sozial verträglich gestalten. Dies ist in der **Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften** verankert und gilt für alle Mitarbeiter:innen und die Vertragspartner:innen der REWE Group. 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. Ferner 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.

UMSATZ

GRI 201-1

Der Umsatz der REWE Group in Österreich stieg im Berichtsjahr von 9,53 Mrd. EUR um 9,6% auf 10,45 Mrd. EUR. Die Entwicklung im Lebensmittelhandel (umfasst BILLA, BILLA PLUS, PENNY und ADEG inklusive Großhandel) beläuft sich auf ein Plus von 9,1%. Der Drogeriefachhandel repräsentiert durch BIPA entwickelt sich um 13,2% auf 0,94 Mrd. EUR. Das Geschäftsfeld der Touristik (touristischer Gesamtumsatz Dertour) erwirtschaftet im Berichtsjahr 0,21 Mrd. EUR (18,8%).

GRI 201-3

Angesichts der demografischen Entwicklung gewinnt eine betriebliche Altersvorsorge zunehmend an Bedeutung. Dessen ist sich auch REWE Group in Österreich bewusst und bietet ihren Mitarbeiter:innen seit 2010 ein entsprechendes Angebot. 2023 wurde sie von über 2.065 Mitarbeiter:innen in Anspruch genommen. Die Beiträge zur betrieblichen Altersvorsorge (von Arbeitnehmer:innen und Arbeitgeber:innen) betragen im Berichtszeitraum 614.525 EUR. Die Versicherung kann bei den nächsten Arbeitgeber:innen weitergeführt werden.

Weitere Leistungen

Die REWE Group in Österreich bietet allen Mitarbeiter:innen auf jeden Einkauf einen Rabatt, der 2023 in Summe über 11,3 Mio. EUR betrug.





UNTERNEHMENSZAHLEN DER REWE GROUP IN ÖSTERREICH



Unternehmenszahlen ¹ der REWE Group in Österreich	Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
Brutto-Umsatz gesamt²	in Mrd. EUR	9,05	9,53	10,45	+9,6%
davon					
Lebensmittelhandel ³	in Mrd. EUR	8,23	8,52	9,30	+9,1%
Drogeriefachhandel ⁴	in Mrd. EUR	0,77	0,83	0,94	+13,2%
Touristik ⁵	in Mrd. EUR	0,05	0,17	0,21	+18,8%
Mitarbeiterstand (per 31.12.)⁶	Nach Köpfen	45.276	46.637	47.176	+539
Standorte (per 31.12)	Anzahl	2.652	2.498	2.485	-13
davon					
Lebensmittelhandel	Anzahl	2.075	1.925	1.915	-10
Drogeriefachhandel	Anzahl	577	573	570	-3

Tabelle 1 Unternehmenszahlen der REWE Group in Österreich

1) Umfasst gesamte Geschäftstätigkeit der REWE International AG am österreichischen Markt

2) Die Inflationsrate für das Jahr 2023 lag laut Statistik Austria bei 7,8%. Der Bruttoumsatz liegt nicht inflationsbereinigt vor. Die durchschnittliche jährliche Inflationsrate spiegelt nicht den individuellen kalkulatorischen Effekt auf den Bruttoumsatz wider. Sie dient jedoch im Sinne höchstmöglicher Transparenz als Anhaltspunkt für die Interpretation der Daten.

3) Lebensmittelhandel inkludiert die Vertriebslinien BILLA, BILLA PLUS, BILLA Kaufleute (kumuliert), PENNY und ADEG inklusive Großhandel; Zahlen bereinigt um nicht fortzuführendes Geschäft (AGM)

4) Drogeriefachhandel repräsentiert durch BIPA

5) Touristik: touristischer Gesamtumsatz Dertour

6) Ohne Mitarbeiter der ADEG-Kaufleute; Mitarbeiter sind sowohl Vollzeit- als auch Teilzeitkräfte (somit gezählte Köpfe)



MANAGEMENTANSATZ

GRI 102-16

Die REWE Group tritt für sechs Grundwerte ein. Sie:

- handelt eigenverantwortlich im Sinne der Gemeinschaft.
- handelt für die Kund:innen. Das Unternehmen steht mit-ten 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 somit aus Überzeugung im Leitbild verankert und manifestiert das Engagement der REWE Group für Gesellschaft und Umwelt in allen Märkten. Die **Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften** 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. Integrität und Fairness im Geschäftsverkehr und im Umgang miteinander sind als weitere wichtige Grundwerte im Leitbild der REWE Group verankert, denn rechtskonformes Verhalten und die Prävention von Gesetzes- und Regelverstößen sichern den nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens. Mit dem **Verhaltenskodex der REWE Group** hat das Unternehmen Verhaltensstandards definiert, die für alle im Namen der REWE Group tätigen Mitarbeiter:innen verpflichtend sind.

COMPLIANCE MANAGEMENT-SYSTEM (CMS)

Das **CMS** der REWE Group verfolgt das Ziel, Verstößen gegen gesetzliche und unternehmensinterne Regelungen vorzubeugen und dadurch Schaden vom Unternehmen sowie die persönliche Haftung von Unternehmensorganen und Mitarbeiter:innen abzuwenden. Für ein Handels- und Touristikunternehmen bestehen bspw. besondere Compliance-Risiken im Bereich der Preisabsprache, der Ausnutzung von Marktmacht im Verhalten gegenüber Lieferanten und in der persönlichen Vorteilsnahme.

Die Koordination erfolgt über den Zentralbereich Governance & Compliance sowie in den Funktionen des Chief Compliance Officer und dezentralen Compliance Officers (DCO) in den jeweiligen Geschäftseinheiten und Landesgesellschaften, welche wiederum durch Compliance-Delegierte unterstützt werden. DCO für die REWE Group in Österreich war 2023 das Vorstandsmitglied Christoph Matschke. 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.

GRI 102-17

Fragen zu Compliance-Themen können anonym an die bestellten Anlaufstellen (schriftlich per Mail oder physisch sowie eingerichtete Hotlines) gerichtet werden. Für die Erfassung von konkreten Verdachtsmomenten zu einer Straftat, Ordnungswidrigkeit oder einem anderen (auch internen) Regelverstoß, insbesondere in Bezug auf Korruption, besteht ein konzernweites Hinweisgebersystem. 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. Neben sämtlichen Mitarbeiter:innen der REWE Group können auch Dritte – etwa Lieferant:innen oder Geschäftspartner:innen – Hinweise an die zuständigen Compliance Officer oder eine externe Ombudsperson melden.

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.

COMPLIANCE-SCHULUNGEN

GRI 205-2

Alle Verwaltungsmitarbeiter:innen müssen auf nationaler Ebene eine Compliance-Einführung absolvieren. Dieses E-Training soll Bestechlichkeit verhindern. Es informiert darüber, wie mit Zuwendungen umzugehen ist. Im Jahr 2018 wurde mit der Konzeption von zwei neuen E-Learning-Modulen zu den Themen Verhaltenskodex und Antikorruption begonnen. Für beide Kurse sind zudem Refresher-Formate vorgesehen. Damit möchten wir sicherstellen, dass ver-



mitteldes Wissen präsent bleibt. Alle Module sind seit 2019 gruppenweit auf den jeweiligen Learning-Management-Systemen verfügbar. Die Schulungen adressieren Führungskräfte und Mitarbeiter:innen gleichermaßen.

Darüber hinaus wurden im Berichtsjahr zahlreiche Präsenzs Schulungen und Workshops durchgeführt, in denen Mitarbeiter:innen auch fachspezifisch ein Compliance-konformes Verhalten vermittelt wurde. Das Schulungskonzept folgt einem risikoorientierten Ansatz, der Schulungen in einem regelmäßigen Turnus vorsieht. Auf diese Weise werden über einen Zeitraum von zwei bis drei Jahren nahezu 100% der relevanten Mitarbeiter:innen trainiert.

Gesamtzahl der Mitarbeiter:innen, die 2023 in der Antikorruptionspolitik bzw. Compliance und den Verfahrensweisen der Organisation geschult wurden: 3.537.

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

COMPLIANCE-VERSTÖSSE IM BERICHTSJAH (KEINE)

GRI 205-3

2023 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.

GRI 206-1; 307-1; 419-1

2023 gab es keine rechtskräftigen Entscheidungen gegen die REWE Group in Österreich aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Monopolbildung.

Es sind keine wesentlichen Umweltverstöße im Berichtszeitraum bekannt.

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

LIEFERKETTENMANAGEMENT

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. Auf Grundlage der **Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group** haben wir für Eigenmarken nachhaltigkeitsrelevante Mindeststandards sowie spezifische Leitlinien für besonders relevante Lieferketten von Fokusrohstoffen definiert (vgl. Kapitel Grüne Produkte sowie Abschnitte Fokusrohstoffe – Food und Fokusrohstoffe – Non-Food).

Die rohstoffspezifischen Leitlinien der REWE Group legen Standards für den Bezug von kritischen Rohstoffen wie Kakao, Palmöl oder Fisch fest und definieren einen Zeitraum, bis wann die Umstellung auf nachhaltigere Rohstoffe erfolgt sein muss.

Folgende Leitlinien hat die REWE Group in Österreich bis Ende 2023 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 Palmkernölzeugnisse:** Legt einen anspruchsvollen Umsetzungsfahrplan für die Umstellung auf nachhaltigeres 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.



RISIKOMANAGEMENT

Als international tätiges Handelsunternehmen ist die REWE Group in Österreich vielen wirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Es gibt unter anderem logistische Risiken, schwankende Einkaufspreise, oder regulatorische Risiken wie Gesetze und Vorschriften, auf die zum Teil binnen kürzester Zeit reagiert werden muss. Mit einem einheitlichen und systematischen Risikomanagement sind wir für dieses Gefahrenpotenzial gewappnet.

GRI 102-11

Die Führungs- und Aufsichtsgremien werden halbjährlich über die aktuelle Risikolage informiert. Hierzu melden die Risikoverantwortlichen über Inventuren stichtagsbezogen Einzelrisiken aus definierten Risikofeldern. Risiken mit ähnlichen Inhalten und Ursachen werden anschließend auf Konzernebene zu Risikoarten aggregiert. Je nach Bedrohungspotenzial für die Geschäftstätigkeit, Finanz- und Ertragslage, Cashflows sowie Reputation klassifizieren wir die Risiken. Um das Thema Nachhaltigkeit im Bereich der Lieferketten gezielt umzusetzen, wird ein fünf-stufiger Prozess verfolgt: Managementsystem, Risikoanalyse, Strategie, Überprüfung und Berichterstattung. Zu weiterführenden Informationen zur Analyse der sozialen und ökologischen Risiken in den Lieferketten siehe Abschnitt **Produktbezogene Risikoanalyse**.

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 Maßnahmen abgeleitet. Als wesentliches Korruptionsrisiko wurde die „Bestechlichkeit im geschäftlichen Verkehr“ – insbesondere für den Geschäftsbereich Einkauf – identifiziert.

Für weitere Informationen zum Risikomanagement siehe auch den kombinierten Lagebericht der REWE Group für das Geschäftsjahr 2023.

Die Rahmenbedingungen, Richtlinien und Prozesse für ein konzernweit einheitliches Risikomanagement von Kartellverstößen 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 Geschäfts- betriebs- und die Compliance-Risiken gemeinsam erhoben, einheitlich bewertet und in eine gruppenweite Systemlösung überführt.

DATENSCHUTZ

GRI 418

Als international agierendes Unternehmen verarbeitet die REWE Group in Österreich täglich personenbezogene Daten – der Schutz dieser Daten hat für uns oberste Priorität. Die EU-Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) ist dabei das zentrale Rahmenwerk für die Verarbeitung von personenbezogenen Daten, welche im Unternehmen grundsätzlich vertraulich und entsprechend den geltenden rechtlichen Anforderungen erfolgt.

Die konzernweite Regelungshoheit (Governance) zum Datenschutz, die Leitung des REWE Group Datenschutzboards 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. Alle etablierten Bestandteile des konzernweiten CMS zum Thema Datenschutz sind ausgerichtet am zugehörigen Prüfungsstandard (PS) 980 des Instituts der Wirtschaftsprüfer (IDW). Sie umfassen alle hierzu geforderten Grundelemente, wie Organisation, Risikomanagement oder auch die beständige Überwachung und Verbesserung des CMS. Hierzu werden, ausgerichtet nach dem sogenannten PDCA-Zyklus (plan–do– check–act), alle Elemente des CMS kontinuierlich für den REWE Group Datenschutz überprüft.

Die intern und extern ernannten 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 unterstützend die Datenschutzkoordinator:innen zur Seite. Die Datenschutzbeauftragten berichten unmittelbar an die Geschäftsführung der Gesellschaften oder an den Vorstand der REWE International AG. Für die REWE Group in Österreich ist eine Person als Datenschutzbeauftragter mandatiert.

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 tragen 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-DSGVO sowie unterjährig



erfolgte Gerichtsurteile zu verschiedenen datenschutzrechtlichen Belangen ausgewertet. Die Ergebnisse flossen in die Optimierung der datenschutzrelevanten Dokumentationen und Prozesse ein.

GRI 418-1

Unabhängig von den Prüfungen der Konzernrevision sind zudem aktuell folgende Formate für Kontrollen und für die beständige Verbesserung etabliert: Überwachung durch die jeweiligen Datenschutz-Beauftragten gemäß EU DSGVO, inkl. Audits ausgewählter REWE Group-Bereiche sowie externer Auftragsverarbeiter, Datenschutz als Bestandteil des konzernweiten Risikomanagements (RM) sowie des Internen Kontrollsystems (IKS), ein konzernweites Kennzahlen-Reporting, unter anderem zur datenschutzrelevanten Dokumentation. Zweimal im Monat werden in einem Regeltermin der Datenschutz-Organisation Informationen und Erfahrungen ausgetauscht sowie Synergien geschaffen und Optimierungspotenziale identifiziert. Bei Bedarf werden konkrete Maßnahmen abgeleitet und umgesetzt. Stellen Kund:innen, Mitarbeitende, Geschäftspartner oder Aufsichtsbehörden Anfragen mit Bezug zum Datenschutz an Unternehmen der REWE Group, werden diese im Rahmen der Datenschutz-Organisation des Unternehmens dokumentiert, geprüft und bearbeitet.

Im Berichtsjahr gab es vereinzelt Anfragen zu den Betroffenenrechten. Alle Beschwerden und Meldungen zu potenziellen Datenschutzverletzungen oder -verstößen wurden überprüft, bearbeitet und dokumentiert. 2023 wurden zwei Datenschutzvorfälle aus den österreichischen Gesellschaften der REWE Group gemeldet. Alle Datenschutzvorfälle wurden auf die zugrundeliegenden Sachverhalte analysiert, technische oder organisatorische Maßnahmen soweit erforderlich angepasst und die anfragende Stelle – Betroffene oder Aufsichtsbehörde – über Ergebnisse und eventuelle Maßnahmen informiert.





MANAGEMENTANSATZ

GRI 102-40; 102-42; 102-43; 102-44

Als einer der bedeutendsten Nahversorger sowie Arbeitgeber:innen legt die REWE Group in Österreich Wert auf einen regelmäßigen und transparenten Dialog mit allen internen und externen Interessensgruppen (= Stakeholder). Im Rahmen der 2008 erarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie haben wir jene Stakeholdergruppen definiert, die für die REWE Group in Österreich relevant sind. Zu den wesentlichen Stakeholdergruppen, mit denen das Unternehmen im Austausch steht, zählen Lieferant:innen, Konsument:innen, Geschäftspartner, Politik, Behörden, Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen (NGO) sowie die eigenen Mitarbeiter:innen. Diese Auswahl wird in den folgenden Jahren immer wieder überprüft.

Durch den intensiven Austausch bei Branchentreffen, in Fachgremien, Stakeholderdialogen und -befragungen sowie in unterschiedlichen Nachhaltigkeitsinitiativen (siehe auch Brancheninitiativen und Mitgliedschaften) wird die Auswahl der Formate den aktuellen Entwicklungen angepasst. Zudem führen wir regelmäßig repräsentative Befragungen und Studien durch. Sie helfen uns, mehr Einsicht in die Erwartungen und Bedürfnisse unserer Interessensgruppen zu gewinnen.

KUND:INNEN- UND MITARBEITER:INNENKOMMUNIKATION

Unser Kundenservicecenter arbeitet im Auftrag unserer Handelsfirmen unter dem jö Bonus Club als zentrale Anlaufstelle. Jährlich bearbeiten unsere Mitarbeiter:innen eine Vielzahl an Anrufen, E-Mails und Social-Media-Anfragen. Die Themen reichen von der Änderung der Stammdaten bis zur Meldung eines Kartenverlusts, Produktanfragen sowie Erläuterungen zu Aktionen.

Die Reichweite und Breitenwirksamkeit von Flugblättern eignet sich besonders, um ein breites Bewusstsein für nachhaltigere Produkte im Sortiment zu schaffen. Bei BILLA, BILLA PLUS, PENNY und ADEG konnten über das Medium erneut nachhaltige Schwerpunktthemen sowie nachhaltig hergestellte Produkte (BIO, vegan, Tierwohl, u.a.) an Millionen Menschen kommuniziert werden.

BRANCHENINITIATIVEN & MITGLIEDSCHAFTEN

GRI 102-12; 102-13

Eine durchgehende Nachhaltigkeit bedingt letztlich Veränderungen in ganzen Sektoren. Wir engagieren uns daher in Brancheninitiativen und stoßen diese immer wieder selbst an. Ziel dieses Multi-Stakeholder-Ansatzes ist es, durch Zusammenarbeit und Erfahrungsaustausch möglichst viele Akteure einzubinden. Auf diese Weise können wir Kräfte bündeln und gemeinsam über unsere Unternehmensgrenze hinaus für mehr Nachhaltigkeit eintreten.

Wir setzen auf langfristige Partnerschaften:

- **ARGE GENTECHNIK-FREI;** Die Arbeitsgemeinschaft für Gentechnik-frei erzeugte Lebensmittel ist eine unabhängige Plattform. Sie vergibt das Kontrollzeichen „Ohne Gentechnik hergestellt“. Die ARGE wird 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 getragen. Die REWE Group in Österreich ist Mitbegründerin und hat ein ehrenamtliches Mandat im Vorstand der ARGE.

- **ARGE NACHHALTIGKEITSAGENDA;** Wir sind Mitglied der ARGE Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen. Die ARGE bringt Lebensmittelhandel, Abfüller, Verpackungshersteller, Sammel- und Verwertungssysteme an einen Tisch und ebnete damit den Weg für durchgehende Nachhaltigkeit. Sie unterstützt ihre Mitglieder insbesondere mit Workshops bei der Umsetzung von Reduktionen.
- **CLIMATE LAB;** Im Jahr 2023 hat REWE eine Zusammenarbeit mit dem Climate Lab gestartet. Das Climate Lab arbeitet mit Unternehmenspartnern an der Lösung von Herausforderungen des Klimawandels und der Kreislaufwirtschaft.
- **COUNCIL NACHHALTIGE LOGISTIK (CNL);** Die REWE Group in Österreich ist Gründungsmitglied des Councils für nachhaltige Logistik (CNL). Dieser Zusammenschluss österreichische Top-Unternehmen aus der Logistik, dem Handel, der Produktion und Energieversorgung koordiniert die Umsetzung nachhaltiger Projekte im Logistiksektor. Organisation und Führung wurde in die Hände des Zentrums für Globalen Wandel und Nachhaltigkeit an der Universität für Bodenkultur gelegt – das garantiert unabhängige Organisation und Führung. Schwerpunkt ist die Transportlogistik. Durch die Mitglieder des CNL war es u. a. möglich, einen E-LKW im Regelbetrieb über einen längeren Zeitraum zu testen.
- **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 bereits 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 (Efficient Consumer Response). Die ECR-Mitglieder arbeiten in einer vertrauensvollen Atmosphäre zusammen, um die Effizienz der Versorgungskette zu verbessern und Konsumenten ein Optimum an Servicequalität und Produktvielfalt bieten zu können.
- **HANDELSVERBAND;** Der Handelsverband ist eine freie Interessenvertretung und Innovationsplattform. Die REWE Group in Österreich ist seit 2016 Mitglied. Neben den klassischen Agenden einer Interessensvertretung bietet der Handelsverband auch regelmäßige Informationsveranstaltungen und Initiativen zu 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;** Österreichische Lebensmittel sind wertvoll. Der Verein Land schafft Leben hat es sich zur Aufgabe gemacht, dies 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, vorwiegend bei Themen wie Tierhaltung und dem Einsatz von Pflanzenschutzmitteln. Die REWE Group in Österreich gehört zu den Unterstützern der ersten Stunde. Seit 2014 sind wir offizieller Förderer.

- **MYABILITY;** myAbility unterstützt Unternehmen beim Aufbau eines erfolgreichen Disability Managements (Inklusion). Ziel ist es, mehr Menschen mit Behinderung als Mitarbeiter:innen und Kund:innen zu gewinnen. Das Sozialunternehmen fördert den Wissensaustausch zu vielfältigen Themen – auch mit anderen Unternehmen. Die REWE Group in Österreich ist seit 2015 Teil dieses Forums.
- **NATIONALPARK HOHE TAUERN;** Unsere Bio-Eigenmarke „Ja! Natürlich“ kooperiert seit 1995 mit dem Nationalpark Hohe Tauern. Der Nationalpark beweist, dass sich unberührte Natur, weite Almwiesen und wunderschönes Bergpanorama mit Erholung, Entspannung und Action auf nachhaltige Weise vereinbaren lassen. Die biologisch bewirtschafteten Flächen (über 50%) rund um den Nationalpark gewährleisten landwirtschaftliche Produkte höchster Qualität.
- **resPACT** ist die führende Unternehmensplattform für verantwortungsvolles Wirtschaften in Österreich. Die Plattform informiert, vernetzt und treibt Corporate Social Responsibility (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 Warendonner: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.

ZUSAMMENARBEIT MIT POLITIK

GRI 415

Die REWE Group unterhält in Berlin und Brüssel Büros für den Dialog mit relevanten Anspruchsgruppen. Die REWE Group schließt prinzipiell niemanden von diesem Dialog aus, der die Werte und Grundsätze der REWE Group teilt. Auch in Österreich partizipieren wir proaktiv an Hintergrundgesprächen und Veranstaltungen, zu denen auch Entscheidungsträger:innen unterschiedlicher Parteien eingeladen werden. Vertreter:innen der REWE Group in Österreich nehmen als Redner:innen oder Diskutant:innen an Veranstaltungen von Behörden, Parteien und Verbänden teil und führen direkte Gespräche mit Mandatsträger:innen zu den politischen und gesellschaftlichen Themen, die im Interesse des Unternehmens stehen, um 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 stehen (Verhaltenskodex).

GRI 415-1

Im Berichtszeitraum wurden **keine** Spenden an politische Parteien getätigt.



GRI 102-46

Lebensmitteleinzelhandel, Drogeriefachhandel und Touristik – das Thema Nachhaltigkeit umfasst viele Facetten unseres Kerngeschäfts. Mit der Wesentlichkeitsanalyse priorisieren wir die entscheidendsten Themen, um gezielt effektive Schwerpunkte zu setzen. Dies basiert auf der Einschätzung von internen und externen Stakeholdern zu erwarteten Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit auf Mensch, Tier und Umwelt. Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse fließen neben anderen Informationen (bspw. SDG-Screening) in das jährliche Review der Nachhaltigkeitsstrategie ein.

Um sich veränderten Gegebenheiten anzupassen, hat die REWE Group in Österreich ihre Wesentlichkeitsanalyse 2020 aktualisiert. Ausgehend von vorangegangenen Analysen wurden alle Nachhaltigkeitsthemen auf Aktualität, Relevanz, fehlende Schwerpunkte und positive und negative Auswirkungen überprüft. Hierfür wurden Benchmarks definiert und die Themenliste mit den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) abgeglichen. Im Ergebnis ergab dies eine Liste von 19 Nachhaltigkeitsthemen. Im zweiten Schritt haben wir Konsumenten- und Mitarbeiter:innen online befragt. Insgesamt 1.647 Stakeholder (503 extern, 1.144 intern) schätzten dabei die zuvor konsolidierten 19 Themen nach ihrer Relevanz ein. Am wichtigsten sind demnach umweltfreundlichere Verpackung, Tierwohl, faire Arbeitsbedingungen in den eigenen Bereichen und Klimaschutz. Im Vergleich zur Stakeholderbefragung aus dem Jahr 2018 haben vor allem die fairen Arbeitsbedingungen in den eigenen Bereichen an Relevanz gewonnen.

Viele der Befragten definieren umweltfreundliche Verpackungen als Kunststoffvermeidung (insbesondere bei Obst und Gemüse) und fordert alternative Materialien. Klimaschutz soll als Querschnittsthema bei allen Entscheidungen berücksichtigt werden. Vor allem kurze Lieferwege sind

hierfür für eine große Gruppe wichtiger Erfolgsfaktor. Beim Tierwohl ist eine artgerechte Haltung bzw. vermiedene Massentierhaltung („Billigfleisch“) prioritär.

In Einklang mit kommenden Berichtspflichten wird die Methodik der Wesentlichkeitsanalyse gemäß den Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) (u.a. den Aspekt der doppelten Wesentlichkeit) für die Zukunft adaptiert.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Mit unserem Nachhaltigkeitsengagement möchten wir auch einen Beitrag zu den 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedeten Sustainable Development Goals (SDGs) leisten. Auf Grundlage eines Abgleichs der Nachhaltigkeitsstrategie mit den 17 Zielen und den zugehörigen 169 Teilzielen wurden die SDGs auf REWE Group-Ebene nach Priorität gereiht. Das Ergebnis wurde auf dem REWE Group-Dialogforum 2016 mit Stakeholdern diskutiert und das Feedback der Stakeholder in ein Gesamtranking einbezogen. Durch die gemeinsame Geschäftstätigkeit wurden diese SDG auch für die Unternehmenseinheit Handel International übernommen:

Die Analyse zeigt, dass die Nachhaltigkeitsaktivitäten der REWE Group in Österreich einen wichtigen Beitrag zur Zielerreichung der SDG leistet.



ZIELE
FÜR NACHHALTIGE
ENTWICKLUNG



RELEVANZ AUS SICHT DER INTERNEN UND EXTERNEN STAKEHOLDER

Abbildung 2: Wesentlichkeitsmatrix 2020



THEMEN DER WESENTLICHKEITSANALYSE UND ZUGEORDNETE GRI-THEMEN

TABELLE 2; GRI 102-47

Themen der Wesentlichkeitsanalyse	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
MITARBEITER:INNEN	
Arbeitssicherheit und Gesundheit: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	GRI 403
Aus- und Weiterbildung	GRI 404



Themen der Wesentlichkeitsanalyse

Zugeordnete GRI-Themen

MITARBEITER:INNEN

Beruf und Lebensphasen: Beschäftigung	GRI 401
Faire Arbeitsbedingungen: Beschäftigung	GRI 401
Arbeitnehmer-Arbeitgeber:innen-Verhältnis	GRI 402
Vielfalt und Chancengleichheit: Diversität und Chancengleichheit	GRI 405
Diskriminierungsfreiheit	GRI 406

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Engagement im Bereich Artenvielfalt und Umweltschutz: Biodiversität	GRI 304
Engagement im Bereich Gesundheit und Bewegung: indirekte ökonomische Auswirkungen	GRI 203
Unterstützung von Bedürftigen: lokale Gemeinschaften	GRI 413

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Digitalisierung & Nachhaltigkeit: Datenschutz	GRI 418
Dialog: allgemeine Angaben	GRI 102
Faire Geschäftsbeziehungen: wettbewerbswidriges Verhalten	GRI 206
Integrität und Compliance: Korruptionsbekämpfung	GRI 205
Politische Einflussnahme	GRI 415
Schutz der Kundendaten	GRI 418
Sozioökonomische Compliance	GRI 419
Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung: Allgemeine Angaben	GRI 102
Ökonomische Performance: wirtschaftliche Leistung	GRI 201



Die zentrale Aufgabe des Lebensmittel- und Drogeriefachhandels ist die sichere Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln und Produkten in hoher Qualität. Hinzu kommen Wünsche der Konsument:innen, die teilweise widersprüchlich sind: Regionalität und Internationalisierung, gesunde Ernährung und Convenience Food, Tierwohl und Preissensibilität, Automatisierung und persönliche Beratung. Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Individualisierung sind innovationstreibende Metatrends, die maßgeblich über den wirtschaftlichen Erfolg mitbestimmen. Als Vorreiter hat die REWE Group in Österreich bereits 2011 in der **Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften** der REWE Group vom Vorstand definiert: „Nachhaltigkeit ist für die REWE Group in Österreich kein Trend, sondern wesentliches Element ihrer Unternehmensstrategie.“

Die REWE Group in Österreich:

- 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.

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

Grüne Produkte; Energie, Klima und Umwelt; Mitarbeiter:innen und **Gesellschaftliches Engagement.**

Für alle Handelsfirmen der REWE Group in Österreich bilden die vier Nachhaltigkeitssäulen und die **Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften** den strategischen Rahmen bzw. die gemeinsame Zielformulierung und den Wertekanon des Nachhaltigkeitsengagements der gesamten REWE Group. Innerhalb der für die vier Nachhaltigkeitssäulen definierten Handlungsfelder legt jede Handelsfirma Schwerpunkte auf die für sie relevanten Themen. Die Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group in Österreich sowie der Handelsfirmen werden regelmäßig neu beurteilt. In diesen Review fließen alle vorhandenen Informationen, wie Kund:innenbefragungen, Wettbewerbsanalysen oder Analysen zum politischen Diskurs, ein

Strategische Schwerpunkte im Berichtszeitraum waren vorrangig der Ausbau des regionalen und ökologischen Sortiments, Tierwohl, Diversity Management, Verringerung von Lebensmittelverschwendung sowie umweltfreundlichere Verpackungen. Wir setzen auf verbindliche und langfristige Partnerschaften, um den Anteil an nachhaltigeren Produkten und Dienstleistungen immer weiter auszubauen und nachhaltigen Konsum immer größeren Teilen der Bevölkerung zugänglich zu machen (vgl. Stakeholderdialog).

Für weitere Informationen zu den Handlungsfeldern und den Key Performance Indikatoren siehe die übergeordneten „Strategischen Ansätze“.





NACHHALTIGKEITSORGANISATION

GRI 102-18; 102-19; 102-20; 102-21

Nachhaltigkeit ist bei der REWE Group in Österreich Chefsache. Die Gesamtverantwortung für Nachhaltigkeit liegt seit dem Start der Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2008 beim Vorstand. Der Vorstand ist überzeugt, dass nachhaltiges Wirtschaften Voraussetzung für den langfristigen Unternehmenserfolg ist (siehe Vorwort). Unterstützt wird der Vorstand durch die Abteilung Nachhaltigkeit.

Jede Maßnahme für mehr Nachhaltigkeit des Unternehmens wird nur dann Erfolg haben, wenn sie in die Strategien der Handelsfirmen eingebunden ist und über die Linienstruktur umgesetzt wird. 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. Beispiele dafür sind Treffen von Branchenverbänden oder bilaterale Gespräche mit zivilgesellschaftlichen und politischen Akteuren.



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



GESELLSCHAFT- LICHES ENGAGEMENT

Bewusste Ernährung
und Bewegung

Chancen für
Kinder und Jugendliche

Bewusster Umgang
mit Lebensmitteln

Artenvielfalt und
Umweltschutz

Abbildung 3: Nachhaltigkeitssäulen und Handlungsfelder der REWE Group in Österreich





GRÜNE PRODUKTE



Kundenzufriedenheit gehört zu den obersten Zielen der REWE Group in Österreich. Obwohl der Preis nach wie vor einen wichtigen Kaufanreiz darstellt, achten Kund:innen bei der Kaufentscheidung zusehends auf vielfältige ökologische und soziale Faktoren. Für die einen geht es um den Natur- oder Ressourcenschutz, während andere eher auf die sozialen Bedingungen oder Tierschutz Wert legen. Die unterschiedlichen Anforderungen und vielfältigen Erwartungshaltungen stellt die REWE Group in Österreich dabei laufend vor neue Herausforderungen. Verantwortungsvolle, kompetente Sortimentssteuerung ist für die REWE Group in Österreich zentraler Baustein, um Wirtschaft und Umwelt in Einklang zu bringen und einen messbaren Beitrag zu Klima-, Umweltschutz und sozialer Gerechtigkeit zu leisten.

Der Ausbau an biologischen, saisonalen und regionalen Lebensmitteln zählt hier ebenso dazu, wie die Entwicklung von Eigenmarkenprodukten, die das Klima weniger belasten und bei denen in der Lieferkette umfassende Verbesserungen hinsichtlich sozialer und ökologischer Aspekte erzielt werden. Ein wichtiger Erfolgsfaktor dafür sind langfristige und intensive Partnerschaften mit der Landwirtschaft. Über die Definition von Spezifikationen im Eigenmarkensortiment übernehmen wir die direkte Verantwortung für die Gestaltung eines Produktes.

Die Mission 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. Die Kund:innen können darauf vertrauen, dass sich die REWE Group in Österreich als Handelsunternehmen der Verantwortung in den Lieferketten ihrer Eigenmarken bewusst ist und sich der Auswirkungen annimmt.

VIER HANDLUNGSFELDER

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. die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen). Die Analysen entlang der Lieferketten zeigen, dass die Risiken hinsichtlich negativer Implikationen auf Klima, Umwelt und sozialer Fairness vor allen in der Rohstoffgewinnung und Weiterverarbeitung zu finden sind. Um Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil in Einkaufsprozesse zu implementieren, müssen Lieferketten somit ganzheitlich betrachtet werden. Dies erfordert kontinuierlichen und intensiven Austausch mit direkten und indirekten Lieferant:innen. Zudem wurden vier Handlungsfelder definiert, für die jeweils schwerpunktmäßig Maßnahmen umgesetzt werden: Bewusste Ernährung, Fairness und Sozialstandards, Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) und Tierwohl.

BEWUSSTE ERNÄHRUNG

Die REWE Group in Österreich setzt sich für eine vielfältige und gesunde Ernährung ein. Das Unternehmen bietet Kund:innen ein breites Sortiment zur ausgewogenen Ernährung mit natürlichen Inhaltsstoffen an. Schwerpunkte sind die Reduzierung von kritisierten Inhaltsstoffen, die Erhöhung der Lebensmittelsicherheit und die Reduktion von Pestiziden. Viele Eigenmarken enthalten bewusst weniger Zucker und Salz, sowie keine alternativen Süßungsmittel als Ersatz.

FAIRNESS UND SOZIALSTANDARDS

In einer globalisierten Welt mit starkem wirtschaftlichen Gefälle zwischen Entwicklungs- und Industrieländern beste-

hen Risiken bezüglich existenzsichernder Einkommen, was zu Zwangs- und Kinderarbeit führen kann. 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 (REGIONALE) LEBENSÄRÄUME

Die Nutzung und die Konkurrenz um knappe Ressourcen wie Frischwasser, Land und Rohstoffe verschärfen weltweit Umweltprobleme wie Klimawandel, Bodendegradation oder Biodiversitätsverlust. Die REWE Group in Österreich nimmt daher ihre Verantwortung wahr und setzt sich in ihren Lieferketten für den Schutz und die Schonung natürlicher Ressourcen (bspw. durch Reduktion von Verpackungen und Kunststoff), den Erhalt von Biodiversität und für die Stärkung von Lebensräumen ein. Um die Versorgung mit regionalen Produkten langfristig sicherzustellen, wird dem Erhalt bzw. der Förderung der Biodiversität in Österreich ein besonderer Schwerpunkt u. a. durch die Stiftung Blühendes Österreich 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. Ferner 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 tiergerechte Haltungsbedingungen, die Vermeidung von schmerzhaften Eingriffen sowie die Nutzung alternativer Rassen und die Limitierung der Überzüchtung ein.



Mit ihrem Engagement leistet die REWE Group in Österreich auch einen Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs). Folgende SDGs sehen wir für „Grüne Produkte“ als entscheidend:



ZIELE UND KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPI)

- Seit 2003 unterliegen alle Obst und Gemüseprodukte den strengen Kriterien des Pestizidreduktionsprogramm (PRP) der Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000.
- Seit 2009 Eigenmarken-Wildfische und Meeresfrüchte nur mehr aus nachhaltigerer Fischerei.
- Seit 2012 gilt das strategische Ziel des überproportionalen Wachstums des Bio-Sortiments im Vergleich zu konventionellen Artikeln (Eigen- und Industriemarken) für die ganze REWE Group in Österreich.
- 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 2014 sind alle Palmölbestandteile bei Eigenmarken aus zertifizierter Produktion.
- Seit 2015 Bruderhahnaufzucht bei allen „Ja! Natürlich“ Frischeproduzenten.
- Seit 2016 müssen alle internationalen Erzeuger von Obst und Gemüseprodukten soziale Mindeststandards in Form von externen Audits (z. B. GRASP, SIZA, SEDEX/SME-TA, amfori BSCI) belegen oder nach einem anerkannten Sozial- oder Menschenrechtsstandards zertifiziert sein (z.B.: Fairtrade, Rainforest Alliance, SA8000, Sustainably Grown).
- Seit 2016 werden sämtliche Rohkakaomengen für Eigenmarken aus nachhaltigeren Erzeugerstrukturen bezogen. Dies wird vor allem durch die Verwendung der Sozialstandards Fairtrade und Rainforest Alliance sichergestellt.
- Seit 2019 müssen alle Produktionsstätten von Eigenmarken in Risikoländern den Nachweis eines anerkannten sozialen Standards erbringen.
- 100 % Frischfleisch aus Österreich bei BILLA

REPORTING

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

Produktbezogene Risikoanalyse	Fokusrohstoffe – Food	Fokusrohstoffe – Non-Food	Verantwortung in der Lieferkette	Nachhaltig informieren
Regionalität & Bio	Biodiversität	Tierwohl	Plant-based: 100 % pflanzlich	Kundengesundheit und Produktsicherheit



Wo immer möglich minimiert die REWE Group in Österreich unerwünschte ökologische und soziale Auswirkungen ihres Handelns. Dazu führt das Unternehmen auf verschiedenen Ebenen Analysen zur Bewertung von sozialen und ökologischen Risiken durch – auf Ebene von Warengruppen oder Rohstoffen zur Formulierung von Strategien sowie auf Ebene einzelner Produkte, Themen oder Länder, um einzelne Maßnahmen zu konkretisieren. Die eigenen Leistungen und Fortschritte bei der Minimierung von Risiken werden kontinuierlich geprüft. Zielkonflikte reflektiert die REWE Group in Österreich sowohl mit Expert:innen im eigenen Unternehmen als auch mit externen Anspruchsgruppen.

Die Risikoanalyse schafft einen umfassenden Überblick über die wesentlichen negativen ökologischen und sozialen Auswirkungen, die bei der Produktion von Eigenmarkenartikeln entlang der Wertschöpfungskette entstehen. Die Analyse stellt damit die Basis für die strategische Ausrichtung nachhaltigerer Sortimente dar. Sie dient der Entscheidung, welche Maßnahmen mit welcher Priorität ergriffen werden – mit dem Ziel, Risiken zu minimieren und Chancen zu nutzen. Die Analysen gliedern sich 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. Auf diese Weise werden wesentliche Nachhaltigkeitsthemen entlang der Wertschöpfungsketten ermittelt. Hierbei werden neben den ökologischen Auswirkungen auch 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, etwa Treibhausgasemissionen, ermittelt und in monetäre Beträge umgerechnet. Die sozialen Auswir-

kungen werden beurteilt, indem u. a. die qualitativen Untersuchungen mit dem Einkaufsvolumen des Unternehmens sowie mit Informationen über Produktions- und Ursprungsländer verknüpft werden. Dadurch werden ökologische und soziale Risiken monetär bewertet. So können für einzelne Warengruppen die externen Kosten des eigenen Wirtschaftens quantifiziert werden.

Somit können die ökologischen und sozialen Hotspots faktenbasiert in der Wertschöpfungskette identifiziert und risikoreiche Warengruppen und Fokusrohstoffe ermittelt werden. Die Analysen zeigen, dass vor allem der Rohstoffanbau und die Verarbeitung betroffen sind. Sie stehen daher im Fokus der Aktivitäten der REWE Group in Österreich.

Aus den Analysen ergeben sich folgende besonders kritische Rohstoffe: Obst und Gemüse, Fleisch und Milchprodukte inklusive Futtermittel für Tiere, Kakao, Palmöl, Fisch und Textilien.





GRI FP1

Umweltschutz sowie Arbeits- und Sozialstandards werden beim internationalen Rohstoffanbau immer wieder missachtet. Deshalb prüft die REWE Group in Österreich diese Risiken genau und arbeitet kontinuierlich daran, auch unsere Lieferketten sozial und ökologisch verträglicher zu gestalten. Dabei setzt das Unternehmen auf international anerkannte produktbezogene Zertifizierungsstandards. Die REWE Group in Österreich arbeitet gemeinsam mit der Branche an Initiativen, setzen eigene Projekte auf und formulieren Leitlinien für eigene Anforderungen. Im Rahmen von produktbezogenen Risikoanalysen ermittelte die REWE Group in Österreich folgende kritische Rohstoffe im Food-Bereich:

OBST UND GEMÜSE

Die REWE Group in Österreich akzeptiert die Lieferung landwirtschaftlicher Primärprodukte wie Obst und Gemüse nur dann, wenn diese von Produzent:innen stammt, die sich zur Einhaltung der Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) im Rahmen der jeweils geltenden nationalen Gesetzgebung verpflichten. Gleichzeitig ist zumindest der geltende gesetzliche, tarifliche oder vertraglich vereinbarte Lohn zu bezahlen. Beide Anforderungen sind verpflichtend und müssen von Lieferanten belegt werden können. Die Lieferanten stehen zudem in der Verantwortung, diese Anforderungen auch für ihre Zulieferer sicherzustellen. Seit 2016 müssen überdies alle Erzeuger von internationalen Obst- und Gemüseprodukten die Einhaltung der oben benannten Anforderungen in Form von externen Audits belegen (z. B. GRASP, SIZA, SEDEX/SMETA, amfori, Fairtrade, Rainforest Alliance, SA8000, Sustainably Grown). Die Ergebnisse der Audits werden zweimal im Jahr in Performancegesprächen mit den Lieferanten thematisiert. Wo nötig, werden Verbesserungen eingefordert.

Neben den sozialen Aspekten in der Obst- und Gemüseproduktion engagiert sich die REWE Group in Österreich auch für die Minderung von unerwünschten ökologischen Auswirkungen. Bereits vor über 20 Jahren wurde dazu bei BILLA, BILLA PLUS, ADEG und PENNY das Pestizidreduktionsprogramm (PRP) für Obst und Gemüse aus konventioneller Landwirtschaft in Kooperation mit der unabhängigen, österreichischen Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000 implementiert. Anhand regelmäßig durchgeführter Probenziehungen wird die Pestizidbelastung bei Obst- und Gemüsesorten kontinuierlich überprüft. Fachspezifische Produktarbeit ermöglicht die laufende Reduktion des Einsatzes besonders schädlicher Pestizide auf ein absolutes Minimum. Ebenso setzen die Handelsfirmen der REWE Group Österreich bei Obst und Gemüse aus dem globalen Süden auf international anerkannte Standards wie Fairtrade oder Rainforest Alliance.

PALMÖL

Zunehmender Palmölanbau führt zu einem Verlust von Torf und Regenwäldern. Dadurch wird der lokalen Bevölkerung häufig ihre Lebensgrundlage entzogen. 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. Die REWE Group in Österreich setzt vornehmlich auf den Zertifizierungsstandard des Runden Tisches für nachhaltiges Palmöl (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO). Wir sind seit 2011 Mitglied. 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. „Ja! Natürlich“ verzichtet seit 2018 gänzlich auf Palmöl und stellte seine Produkte auf alternative, vor allem heimische Pflanzenöle um.

Die Ziele der **Leitlinie Palmöl** sind 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: Nachhaltig zertifizierte Ware wird dabei entlang der gesamten Lieferkette durchgängig von nicht zertifizierter Ware getrennt. Die REWE Group in Österreich hat dies – unter der Berücksichtigung der individuellen Zielsetzung je Palm(kern)ölerzeugnis – im Jahr 2020 mit allen Eigenmarkenprodukten fast zur Gänze erfüllt. Einzelne Lieferanten konnten die Umstellung auf das Handelsmodell Segregation nur schrittweise umsetzen, da die Etablierung separater Warenströme aufwendig ist. Wir arbeiten gemeinsam mit den Lieferanten daran, auch das letzte Prozent zur Vervollständigung der Ziele zu erreichen.

KAKAO

Ein Großteil des weltweiten Rohkakaos stammt aus Westafrika und wird von kleinbäuerlichen Familienbetrieben produziert. 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.



Die Arbeitsbedingungen sind oft schlecht. Dies kann zu ausbeuterischen Formen der Kinderarbeit führen. In der **Leitlinie für Kakaoerzeugnisse** bekennt sich die REWE Group in Österreich seit 2015 zum Ziel, sämtliche Rohkakaomengen für ihre Eigenmarken aus nachhaltigeren Erzeugerstrukturen zu beziehen. Dies wird durch die Verwendung der Standards Fairtrade, Fairtrade Sourcing Program und Rainforest Alliance sichergestellt. Im Jahr 2023 betrug der Anteil an zertifiziertem Kakao bei allen Eigenmarken 100 Prozent.

FISCH

Die Nachfrage nach Fisch und Meeresfrüchten steigt. Das bringt die weltweiten Fischbestände stark unter Druck, zum Teil sind sie überfischt. Die REWE Group in Österreich hat sich daher im Rahmen ihrer **Leitlinie für Fische, Krebs- und Weichtiere** verpflichtet, zunehmend Fischprodukte aus nachhaltigerer und zertifizierter Fischerei und Aquakultur zu beziehen. Den Verbraucher:innen stellen wir dies transparent dar. Im Eigen- und Industriemarkensortiment der REWE Group in Österreich finden setzt die REWE Group in Österreich auf MSC- und 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. Er stammt häufig von gentechnisch veränderten Sorten. Die REWE Group in Österreich hat deswegen in ihrer **Leitlinie für Soja als Futtermittel** festgelegt, dass die Erzeuger von Eigenmarkenprodukten gentechnikfrei produzieren müssen. 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.





GRI FP1

Im Rahmen von produktbezogenen Risikoanalysen ermittelte die REWE Group in Österreich folgende kritische Rohstoffe im Non-Food-Bereich:

NACHHALTIGE DROGERIEARTIKEL

2014 führte BIPA die umweltfreundliche Eigenmarke „bi good“ ein. Das Sortiment besteht aus zertifizierter Naturkosmetik, nachhaltigen Periodenprodukten sowie umweltfreundlichen Wasch-, Putz- & Reinigungsmitteln. Um den Anforderungen an eine nachhaltigere Eigenmarke gerecht zu werden, wurde das bi good Qualitätsversprechen entwickelt. Es umfasst Richtlinien für die gesamte Produktionskette.

Mehrere Gütesiegel bestätigen die hohen Standards der bi good Haushalts- und Reinigungsprodukte bei Inhaltsstoffen, Verpackung und Produktion: So unterstreichen unter anderem das NATRUE-Siegel; das EU Ecolabel, der Blaue Engel, die Veganblume und das Österreichische Umweltzeichen die hohen Maßstäbe, die diese Produkte im Bereich Umweltschutz setzen.

Die durch das NATRUE-Gütesiegel sowie die Veganblume zertifizierten Pflegeprodukte überzeugen mit natürlichen Inhaltsstoffen, enthalten keine synthetischen Farb- und Duftstoffe, Silikone, hormonell wirksame Zusätze und Inhaltsstoffe auf Mineralölbasis (Mikroplastik) und sind zu 100 Prozent frei von Gentechnik, vegan und tierlieb.

Wichtig ist außerdem das Thema heimische Produktion. Die Transportwege sollen kurzgehalten, dadurch CO₂ eingespart und die österreichische Wirtschaft unterstützt werden. Wo es machbar ist, werden die bi good Produkte deshalb in Österreich produziert.

So werden beispielsweise alle Reinigungsmittel und festen Produkte zu 100% in Österreich hergestellt. Derzeit werden über 80% des bi good Sortiments in Österreich produziert.

TEXTILIEN

Um die ökologischen Auswirkungen in der Lieferkette von Textilien zu verbessern, hat sich die REWE Group in Österreich 2014 der Detox-Kampagne von Greenpeace angeschlossen. Für Eigenmarken in den Warengruppen Kleidung, Schuhe und Heimtextilien wurden Programme aufgesetzt. Dazu arbeitet das Unternehmen gemeinsam mit seinen Lieferanten daran, den Einsatz von sichereren Chemikalien zu steigern. Chemikalien kommen in der Textilproduktion vorwiegend beim Färben, Bleichen oder Waschen zum Einsatz. Wenn bei diesen Arbeitsschritten gefährliche Substanzen verwendet werden, kann dies die Gesundheit der Belegschaft in den Fabriken gefährden. Gelangen die Chemikalien in die Umwelt, leiden Gewässer und andere Ökosysteme. 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 sozial verträgliche 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).

Viele Produkte der REWE Group in Österreich sind mit diesen Siegeln ausgezeichnet – die Hygienepapierprodukte der Eigenmarken tragen bereits zu 100 Prozent die Labels von FSC, PEFC oder sind vollständig aus Altpapier.





MANAGEMENTANSATZ

Die REWE Group in Österreich bezieht eine Vielzahl von Produkten und Produktbestandteilen über Lieferketten, die sich über mehrere Länder erstrecken können. Insbesondere im Rohstoffanbau, in der Produktion und in der Verarbeitung können dabei negative Umwelteffekte entstehen. Es bestehen zudem soziale Risiken, wie ein erhöhtes Risiko der Missachtung von Arbeits- und Sozialstandards. Gleichzeitig steigt der weltweite Bedarf an Rohstoffen – daher ist der Schutz der Ressourcen ein bedeutendes Anliegen der REWE Group in Österreich.

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.

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.

GRI 308

Um die Auswirkungen entlang der Lieferketten zu verbessern, versucht die REWE Group in Österreich in der Wert-

schöpfungskette ihrer Lieferanten und Geschäftspartner die Einhaltung von Standards sicherzustellen. Gemeinsam mit ihnen arbeitet das Unternehmen daran, Lieferketten transparenter und die Herstellung ökologisch und sozial verträglicher zu gestalten. **Mit der Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften** hat die REWE Group die Grundsätze ihrer Geschäftsbeziehungen formuliert. Diese Grundwerte gelten sowohl für die eigenen Geschäftsprozesse als auch für Geschäftspartner und Lieferanten der REWE Group in Österreich. Sie orientiert sich an der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und dem UN Global Compact.

GRI 408; 409

Die REWE Group in Österreich verfolgt durch die Leitlinie auch das Ziel, Kinder- und Zwangsarbeit systematisch zu bekämpfen. Darin ist das Verbot von Zwangsarbeit festgeschrieben: Niemand darf gegen seinen Willen beschäftigt oder unter Anordnung einer Strafe zur Arbeit gezwungen werden. Auch die Vermeidung ausbeuterischer Kinderarbeit ist hier verankert. Als ausbeuterische Kinderarbeit gilt, wenn Kinder unter 13 Jahren mehr als einige Stunden pro Woche leichte Arbeit verrichten oder Kinder unter 15 Jahren eine gefährliche oder belastende Arbeit verrichten. In vielen Risikoländern wird das Verbot ausbeuterischer Kinderarbeit nicht ausreichend umgesetzt und verfolgt. Zwangsarbeit äußert sich häufig durch eine Einschränkung der Bewegungsfreiheit, das Einbehalten von Löhnen und Personalpapieren sowie die Verschuldung gegenüber dem Arbeitgeber:innen oder einer Arbeitsvermittlung. Da häufig legal oder illegal Eingewanderte oder Leiharbeiter:innen betroffen sind, wird Zwangsarbeit oft nicht angezeigt und ist schwer zu kontrollieren.

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.

Im Falle vorsätzlicher grober Missachtung der beschriebenen Werte behält sich das Unternehmen Sanktionen vor.

Zu den verbindlichen Grundwerten zählen:

- Geschäftspartner verfolgen einen schonenden Umgang mit Ressourcen wie Boden, Luft, Wasser und natürlichen Rohstoffen.
- Geschäftspartner stellen Schutz und Erhalt von natürlichen Ökosystemen und der biologischen Vielfalt (Biodiversität) sicher.
- Geschäftspartner verfolgen die Vermeidung und Reduktion von Umweltrisiken.
- Geschäftspartner verpflichten sich, Personen nicht aufgrund ihres Geschlechts, ihrer Herkunft oder aus anderen Gründen auszugrenzen oder zu bevorzugen (Diskriminierungsverbot).
- Alle Unternehmen der Lieferkette müssen ihren Beschäftigten mindestens die national geltenden Mindestlöhne regelmäßig (mindestens monatlich) auszahlen.
- Geschäftspartner müssen sicherstellen, dass die Arbeitszeiten nationalem Recht entsprechen.
- Die Geschäftspartner halten Arbeitsschutzvorschriften nach nationalem Recht und internationalen Standards ein.
- Alle Geschäftspartner ermöglichen den Arbeitnehmer:innen ihr Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivvereinbarungen.



- 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.

Mittels Umfeldanalyse identifizieren wir die wesentlichen negativen Auswirkungen in der Lieferkette. Dabei werden unterschiedliche Stakeholdergruppen einbezogen und die Themen mit Nichtregierungsorganisation, Lieferanten und Interessenvertreter besprochen. Aus den gewonnenen Erkenntnissen leiten sich Schwerpunktthemen ab, die mit entsprechenden Maßnahmen bearbeitet werden. Deren Umsetzung erfolgt durch einen Managementansatz auf drei verschiedenen Ebenen:

- 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.

INTERNES MANAGEMENT

GRI 412-2

Die REWE Group in Österreich arbeitet daran, nachhaltige

Beschaffung weiter in ihre Einkaufsprozesse zu integrieren. Nachhaltigkeitsaspekte sollen in jede Einkaufsentscheidung einfließen. Mit Risikoanalysen und Briefings, der Abstimmung von verbindlichen Zielen mit den Einkaufsbereichen sowie Schulungen zu Nachhaltigkeitsthemen trägt die REWE Group in Österreich zur internen Sensibilisierung bei. Regelmäßig werden Mitarbeiter:innen der REWE Group in Österreich zu relevanten ökologischen und Arbeits- und Sozialstandardthemen geschult. Das stellt sicher, dass die definierten Standards in der Auswahl der Lieferanten sowie im Einkaufsprozess Berücksichtigung finden. Interne Reportings ermöglichen eine kontinuierliche Weiterentwicklung. Die externe Kommunikation schafft Transparenz gegenüber Stakeholdern. Zielgruppenorientiert werden Informationen zu relevanten Themen wie Biodiversität und Verpackungen zur Verfügung gestellt. Spezielle Anforderungen werden bereits im Ausschreibungsprozess berücksichtigt und in Lieferantenverträge integriert. 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. Es nimmt eine wichtige Rolle bei der Verbesserung der Umweltbedingungen und Arbeitsbedingungen in der Lieferkette ein. Die Corporate Responsibility-Abteilung der RFE steht 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 Ländervertretungen unterstützt. Das hilft, Wertschöpfungsketten transparenter zu gestalten.

LIEFERKETTENMANAGEMENT

Durch das Lieferkettenmanagement erhöht die REWE Group in Österreich zunächst, wo noch nicht vorhanden, die Transparenz entlang der Lieferkette für die Eigenmarkenprodukte. Es ist durch enge Zusammenarbeit mit Lieferanten sowie dem Engagement auf Ebene der Produktionsstätten und der Rohstoffherzeugung geprägt. So können Risiken identifiziert, vermieden und adressiert werden. Ebenso wird die Integration von Nachhaltigkeit als Teil der Lieferantenbewertung gefördert.

Im Lieferkettenmanagement setzt die REWE Group in Österreich im Bereich Fairness und Sozialstandards auf:

1. Verpflichtung

2. Kontrolle

3. Weiterentwicklung

Alle Geschäftspartner in den Eigenmarkenlieferketten der REWE Group in Österreich müssen die Produktionsstätten benennen. So werden die Vertragspartner sensibilisiert und wir schaffen konkrete Regeln für Nachhaltigkeit in der gesamten Lieferkette. Die Anforderungen werden von der Nachhaltigkeitsabteilung und dem Qualitätsmanagement der REWE Group in Österreich im Einkaufsprozess überprüft.

ÖKO-SOZIALE STANDARDS UMSETZEN

GRI 308-2

Bei der Umsetzung von Verbesserungen setzt die REWE Group in Österreich zudem auf anerkannte Standards wie 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 Lieferket-



tenstufe 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**.

Um die nach wie vor weitverbreitete Praxis von Kinder- und Zwangsarbeit beim Rohstoffanbau (insbesondere im Kakaoanbau) zu bekämpfen und sozial verträgliche Arbeitsbedingungen sicherzustellen, setzt die REWE Group in Österreich auf international anerkannte Zertifizierungsstandards. Die wichtigsten Organisationen sind Fairtrade, Rainforest Alliance. Sie gewährleisten höhere Standards sowie eine transparentere Lieferkette. Kinder- und Zwangsarbeit sind im Rahmen dieser Standards verboten. Der Standard des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) soll sicherstellen, dass auf Palmölplantagen keine Kinderarbeit stattfindet.

Häufig entsprechen die Arbeitsbedingungen in der traditionellen Fischerei nicht den international anerkannten Standards. Zwangsarbeit ist ein ständiges Risiko. Die REWE Group will dazu beitragen, auch in diesem Sektor die Menschenrechte zu wahren und fundamentale Sozial- und Arbeitsschutzstandards im Fischereisektor sicherzustellen. Wir setzen besonders auf zertifizierte Ware. Bei Aquakulturen werden bei Audits Farmen auf die Einhaltung der Grundprinzipien überprüft. Für Fangschiffe gibt es noch keine etablierte Zertifizierung für Arbeits- und Menschenrechte. Die REWE Group tritt deshalb dafür ein, soziale Prinzipien in die Standards für Wildfisch aufzunehmen und durch Zertifizierungen sicherzustellen.

FAIRTRADE



Das Ziel von Fairtrade ist es, den Konsum verantwortungsvoller zu gestalten und die Arbeits- und Lebenssituation der ProduzentInnen in Entwicklungsländern zu verbessern. Die REWE Group in Österreich verkaufte 2023 rund 30,9 Mio. Fair-Trade-Produkte¹ – insbesondere in den Warengruppen Früchte, Reis, Kaffee, Zucker, Honig, Frucht-säfte sowie Blumen. Mit Eigen- und Exklusivmarken der REWE Group in Österreich wurden 2023 Fair-Trade-Prämien von über 950.931 EUR erwirtschaftet, die den Produzent:innen in Schwellen- und Entwicklungsländern zugutekommen. Bio-Bananen und BioAnanas werden bei BILLA, BILLA PLUS, SUTTERLÜTY und ADEG im Rahmen von „Ja! Natürlich“ ausschließlich mit dem Fair-Trade-Label angeboten. Alle verkauften Rosen bei BILLA und BILLA PLUS sind Fair-Trade-zertifiziert. Fairtrade kommt außerdem bei der Umsetzung der REWE Group Leitlinie für Kakao eine wichtige Rolle zu.

¹) Produkt-/Verkaufseinheiten keine reine Stückzahl, Summe beinhaltet unterschiedlichste Einheiten wie Stück, Liter, KG, Sträuße etc.

STAKEHOLDER-MANAGEMENT

Um Rahmenbedingungen auf breiter Ebene zu verbessern, braucht es einen Schulterschluss. Durch Brancheninitiativen und Kooperationen mit starken Partnern bündeln wir Kräfte. Dadurch verstärken wird die Wirkung von Nachhaltigkeitsinitiativen. Die REWE Group in Österreich trägt dazu bei, diese Partnerschaften weiterzuentwickeln und vertritt dort ihre Interessen. 2023 engagierte sich die REWE Group in Österreich in folgenden Initiativen, die sich mit Auswirkungen 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. Der verbreitete Einsatz grünen Qualitätszeichens „Ohne Gentechnik hergestellt“ durch die Eigenmarken

der REWE Group in Österreich sowie die regelmäßige Darstellung in den Flugblättern der Handelsfirmen BILLA, PENNY und ADEG haben entscheidend zur Bekanntmachung und Bewusstseinsbildung in diesem Bereich beigetragen.

- **MARINE STEWARDSHIP COUNCIL (MSC)**; Regelmäßiger Austausch und Zusammenarbeit mit dem Marine Stewardship Council (MSC). Der MSC ist eine unabhängige und gemeinnützige Organisation, die ein Siegel für Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltigem Wildfang vergibt. Die zertifizierten Fischereien sorgen für einen nachhaltigen Fischbestand, intakte marine Lebensräume und den Schutz gefährdeter Arten.
- **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, NGO und der Wissenschaft an Lösungen. Gemeinsam mit GLOBAL 2000 haben wir das Pestizidreduktionsprogramm (PRP) entwickelt. Es wird auf das gesamte Obst und Gemüse der REWE Group in Österreich angewendet (siehe Abschnitt **Kundengesundheit & Produktsicherheit**).
- Mitglied bei **AMFORI BSCI**: Damit verpflichtet sich das Unternehmen selbst sowie alle Lieferanten und Produzenten, den Verhaltenskodex von amfori BSCI einzuhalten. Dazu zählt unter anderem der Verzicht auf ausbeuterische Kinder- und Zwangsarbeit. Die REWE Group ist aktiv in Arbeitsgruppen und dem Mitgliederausschuss vertreten, um die Weiterentwicklung mitzugestalten.



- Mitglied beim **CONSUMER GOODS FORUM**: Die Organisation soll Einzelhändlern und Konsumgüterherstellern dabei helfen, zusammen mit anderen Interessengruppen das Vertrauen der Verbraucher zu sichern und positive Veränderungen unter dem Motto „Better Lives through Better Business“ voranzutreiben.
- Gründungsmitglied beim **FORUM NACHHALTIGES PALMÖL (FONAP)**: Die Multi-Stakeholder-Initiative will den Anteil nachhaltig erzeugten Palmöls signifikant zu erhöhen und Zertifizierungen und Standards verbessern. Die REWE Group ist im Vorstand des FONAP vertreten.
- Gründungsmitglied beim **FORUM NACHHALTIGER KAKAO**: Die Multi-Stakeholder-Initiative engagiert sich für die Verbesserung der Lebensumstände von Kakao-bäuerinnen und -bauern, den Schutz natürlicher Ressourcen und der Biodiversität sowie für den Anbau und die Vermarktung nachhaltigen Kakaos.
- Mitglied bei der **CSR FRUITJUICE**: Die Plattform treibt soziale und ökologische Verbesserungen in den Lieferketten der Fruchtsaftindustrie voran. Sie unterstützt die europäischen Fruchtsaftproduzenten dabei, CSR-Maßnahmen in ihre Unternehmensstrategien zu integrieren und so einen langfristigen nachhaltigen Beitrag entlang der globalen Wertschöpfungskette von Fruchtsäften für alle Stakeholder zu erreichen.
- Mitglied im **WORLD BANANA FORUM**: Das Forum bringt unterschiedliche Stakeholder der weltweiten Bananenerlieferkette zusammen, um einen nachhaltigen Anbau, die Einhaltung von Menschenrechten und die Verbesserung von Arbeitsbedingungen zu erreichen.
- Mitglied beim **BANGLADESH ACCORD ON FIRE AND BUILDING SAFETY**: Ziel des Abkommens ist die erhöhte Sicherheit in der Textilbranche durch unabhängige Inspektoren, die bei Fabrikbesuchen die Gebäudesicherheit, den Brandschutz und die elektrische Sicherheit prüfen.
- Mitglied beim **BÜNDNIS FÜR NACHHALTIGE TEXTILIEN**: Das Bündnis ist eine Partnerschaft unterschiedlicher Stakeholder, um Verbesserungen entlang der globalen Wertschöpfungskette in der Textilindustrie durchzusetzen. Die REWE Group engagiert sich in Bezug auf soziale Themen in der Arbeitsgruppe zu Beschwerdemechanismen und der Arbeitsgruppe Existenzsichernde Löhne.
- Beiratsmitglied bei **COTTON MADE IN AFRICA**: Diese Initiative wurde mit dem Ziel ins Leben gerufen, die Lebensbedingungen der Menschen in den afrikanischen Baumwollanbaugebieten zu verbessern.
- Mitglied im **TECHNICAL COMMITTEE VON GLOBALG.A.P. GRASP**: GRASP ist ein Modul zur sozialen Risikobewertung von Betrieben, die nach dem GlobalG.A.P.-Standard zertifiziert sind. Die zentrale Aufgabe des Technical Committee ist die Beratung des Lenkungsausschusses hinsichtlich strategischer und technischer Weiterentwicklungen.
- Mitglied im **RAINFOREST ALLIANCE STANDARDS COMMITTEE**: Die Rainforest Alliance hat Vorgaben für die Produktion von Agrarrohstoffen und -produkten geschaffen. Das Standards Committee entscheidet auf Grundlage öffentlicher Konsultationen über die inhaltliche Weiterentwicklung.
- Mitglied beim **CENTRE FOR CHILD RIGHTS AND BUSINESS**: Die Organisation unterstützt Unternehmen beim Kinderschutz.





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 kommuniziert werden. Die Kaufentscheidung wird auch durch andere Kriterien wie Preis, Qualität, Verpackung und Frische beeinflusst. Dem Handel kommt daher eine wichtige Mittlerfunktion zu. Ohne ausreichende Nachfrage und Preisbereitschaft der Kund:innen geraten verantwortungsvolle Anbieter schnell in wirtschaftliche Schieflage. Fehlt aber ein breites nachhaltiges Warenangebot, kann kein Konsument ethisch einkaufen. Die REWE Group in Österreich nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung ernst. Wir sind bestrebt, den Anteil an nachhaltigeren Produkten und Dienstleistungen zu erhöhen.

GRI 417

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

GRI 417-1

Alle Produkte der REWE Group in Österreich entsprechen den gesetzlichen Anforderungen. Ihre Kennzeichnung informiert über Herkunft, Zusammensetzung, Nutzung und Haltbarkeit. Über die gesetzlichen Anforderungen hinaus informieren viele Produkte in unserem Sortiment über Nachhaltigkeitsaspekte oder geben detaillierte Angaben zur Herkunft.

NACHHALTIGKEITSLABEL UND ZERTIFIZIERUNGEN SCHAFFEN TRANSPARENZ UND GLAUBWÜRDIGKEIT

Weiterhin verwendet die REWE Group in Österreich anerkannte Labels für die Kennzeichnung ihrer Eigenmarken und führt Markenprodukte mit diesen Labels in ihrem Sortiment. Dazu zählen die bekannten Initiativen 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 Rainforest Alliance. Außerdem werden Bio- und Regionalprodukte gesondert ausgewiesen.

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

Viele Menschen möchten Nachhaltigkeit auch im Urlaub leben. Mit einer verständlichen Kennzeichnung informiert DERTOUR über nachhaltige Reiseangebote. Dazu wurden die verschiedenen Labels in den Katalogen der Reiseveranstalter auf das branchenweit und international anerkannte Nachhaltigkeitssiegel Travelife reduziert. Im Rahmen des Projekts Green Travel Transformation der Nachhaltigkeitsinitiative Futouris beteiligte sich DERTOUR darüber hinaus an der Entwicklung einer branchenweit anerkannten einheitlichen Kennzeichnung für nachhaltige Reiseangebote. Aus dem Pilotprojekt hat sich der Green Travel Index gebildet, der die Daten von anerkannten Nachhaltigkeitszertifikaten aufbereitet.





MIT HERKUNFTSANGABEN FÜR GRÖßERE LIEFERKETTEN-TRANSPARENZ

Die REWE Group in Österreich bietet als einziger Lebensmittelhändler in Österreich bei BILLA nur noch ausschließlich Frischfleisch aus Österreich an. Unter der PENNY-Eigenmarke „Ich bin Österreich“ werden Verbraucher:innen Produkte angeboten, die nach typisch österreichischer Rezeptur hergestellt werden und deren Zutaten ausschließlich aus Österreich stammen.

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 das Bundesland der Produktion auf der Verpackung angegeben.

Für ausgewählte Eigenmarken-Fischprodukte führt die REWE Group in Österreich seit 2018 einen Tracking-Code. Damit können sich Kund:innen auf den Webseiten der Vertriebslinien BILLA und BILLA PLUS über die Lieferkette des Fischprodukts informieren.

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. Überdies 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** zum Konsumentenschutz und angemessenen Vertriebs-, Marketing- und Informationspraktiken. Deshalb müssen Werbemaßnahmen vor Veröffentlichung von der Nachhaltigkeitsabteilung freigegeben werden.

Im Berichtszeitraum 2023 wurden keine wesentlichen Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation bekannt.





MANAGEMENTANSATZ

Kund:innen verbinden Nachhaltigkeit bei Lebensmitteln primär mit Regionalität und biologischer Landwirtschaft. Im Zentrum steht der Lebensraum, in dem Menschen leben und arbeiten und wo sie sozial eingebunden sind. Ein regionales Sortiment stärkt Landwirte und wirtschaftliche Strukturen im Umland; eine naturnahe biologische Landwirtschaft schont und schützt Lebensräume und Naturkapital und damit wiederum die wirtschaftlichen Strukturen der Zukunft. Damit hat das Engagement der REWE Group in Österreich für den Erhalt und die Unterstützung des Lebensraums (Infrastrukturmaßnahmen, Arbeitsplätze, Landwirtschaft, Sponsoring u. a.) einen unmittelbaren positiven Einfluss auf die dort lebenden Menschen.

Das Angebot von regionalen Lebensmitteln und Produkten hat bei den Umfragen zur Nachhaltigkeit nach wie vor einen sehr hohen Stellenwert. Als Hauptgründe werden kurze Transportwege, besondere Frische und Unterstützung der heimischen Landwirtschaft angeführt. Die Bevölkerung will wissen, woher die Lebensmittel stammen; Transparenz wird zum wichtigen Faktor für die Kund:innenzufriedenheit. Die REWE Group in Österreich hat daher ihre regionalen Sortimente in den vergangenen Jahren stark ausgebaut. Grundlagen dafür sind langfristige Beziehungen mit Lieferanten in der Region sowie die transparente und Kommunikation der besonderen Qualität dieser Produkte an die Konsument:innen.

Unter der Regional-Offensive „is´ heimisch“ schaffen BILLA und BILLA PLUS seit 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. „Lokal“ bedeutet maximal 30 Kilometer rund um den Markt. Mit „regional“ werden Produkte ausgezeichnet, die aus dem Bundesland kommen, in dem der BILLA oder BILLA Plus Markt gelegen ist.

Um noch mehr heimische Produkte in die Regale von BILLA und BILLA PLUS zu bringen und österreichische Lieferanten zu stärken, werden zudem „Lokalpartnerschaften“ eingeführt, um vor allem kleinen und kleinsten Lieferanten den Weg in die BILLA Regale weiter zu erleichtern. Ein weiterer Meilenstein war 2018 die Einrichtung eines eigenen Einkaufsbereiches für regionale/lokale Produkte, der es ermöglicht, noch direkter und unmittelbarer auf kleine Betriebe und Produzent:innen zuzugehen. Durch den persönlichen Kontakt können die umfassenden Voraussetzungen für die Kooperation mit neuen Lieferant:innen vereinfacht und Hürden in der Zusammenarbeit überwunden werden.

GRI FP2

Bio-Produkte haben einen positiven Effekt auf Menschen, Tiere und Umwelt. Bei ihrer Produktion wird beispielsweise auf künstliche Farb- und Aromastoffe, chemische Pflanzenschutzmittel und leicht lösliche mineralische Dünger verzichtet. Zudem gelten strengere Tierwohlstandards, sodass Tiere ausreichend Platz im Stall und Auslauf im Freien erhalten. Das fördert natürliche Verhaltensweisen. Seit 2012 verfolgt die REWE Group in Österreich das strategische Ziel eines überproportionalen Wachstums des Bio-Sortiments im Vergleich zu konventionellen Artikeln über das gesamte Sortiment. Auch 2023 konnte diese Zielsetzung wieder erreicht werden; sie haben sich zu einem bedeutenden Konsumsegment entwickelt. Wesentlich dafür sind die Bio-Marken „Ja! Natürlich“, „Echt Bio“, „BILLA Bio“ und „Alnatura“. Wir haben auch das Bioangebot bei Industriemarken erweitert.

„JA! NATÜRLICH“

GRI 204-1

Das Flaggschiff für die Steigerung der Bioprodukte der REWE Group in Österreich ist „Ja! Natürlich“. Die Bio-Eigen-

marke ist als Wegbereiter für biologische Produktion seit 1994 österreichweit erhältlich. Das „Ja! Natürlich“ Sortiment wird laufend erweitert und setzt bei der Herstellung auf Rohstoffe, die vorwiegend aus Österreich stammen. Um die hohen Qualitäts- und Nachhaltigkeitsansprüche umsetzen zu können zählt „Ja! Natürlich“ dabei auf die langjährige und vertrauensvolle Kooperation mit österreichischen Bio-Landwirt:innen und heimischen Partnerbetrieben. Mit „Ja! Natürlich“ ist auch eine artgemäße Tierhaltung mit hohen Tierschutzstandards garantiert. Dazu zählen der Auslauf für alle Nutztiere, der Kontakt mit Artgenossen und die Bio-Fütterung ohne Gentechnik.



„DA KOMM' ICH HER!“

Die Regionalmarke „Da komm' ich her!“¹ wurde 2014 bei BILLA, BILLA PLUS, ADEG und Sutterlüty eingeführt. Das Sortiment der Eigenmarke umfasst frisches Obst und Gemüse sowie Eier. Die Produkte sind saisonal verfügbar und kommen aus nahen Regionen.



„BILLA BIO“

Anfang 2021 brachte BILLA mit BILLA Bio als Ergänzung insbesondere im Trockensortiment und bei Convenience-Produkten zu „Ja!Natürlich“ eine weitere BIO-Eigenmarke ins Regal. Sie steht für verlässliche Bio-Qualität zum attraktiven Preis. Die Lebensmittel garantieren kontrolliertes Tierwohl, sind gentechnikfrei und mit dem EU-Bio-Siegel zertifiziert.

„ICH BIN ÖSTERREICH“

Unter der PENNY Eigenmarke „Ich bin Österreich“ werden Produkte angeboten, die nach typisch österreichischer Rezeptur hergestellt werden. Die Zutaten stammen ausschließlich aus Österreich.

„ECHT B!O“

Seit 2005 setzt die REWE Group in Österreich mit „Echt B!O“ auch bei PENNY auf hochwertige Bio-Lebensmittel und Nachhaltigkeit. Obst, Gemüse, Molkereiprodukte und verschiedene Grundnahrungsmittel der Marke stammen von Produzent:innen aus Österreich und der EU. Zudem verzichtet „Echt B!O“ auf viele Zusatzstoffe, wie Aromen, Geschmacksverstärker und künstliche Farbstoffe.

Sortimentsbedeutung der Eigenmarken
(Nettoumsatz Eigenmarken am Nettoumsatz Bezugsgröße)

	Einheit	2023	Bezugsgröße
Ja! Natürlich	%	8,02	BILLA AG ¹
Billa Bio	%	1,15	BILLA AG ¹
BiGood	%	1,06	BIPA
Echt B!o	%	2,61	PENNY AT
Ich bin Österreich	%	21,51	PENNY AT

Tabelle 3: Entwicklung Bio- und Regional-Eigenmarken in Österreich

1) Exklusive BILLA-Kaufleute





MANAGEMENTANSATZ

Die Geschäftstätigkeit der REWE Group in Österreich hat direkt an den Standorten des Unternehmens oder beim Transport von Waren sowie indirekt über die vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette Einfluss auf die biologische Vielfalt. Nachteilige Effekte entstehen, wenn Ökosysteme nicht nachhaltig genutzt werden, etwa bei der Gewinnung von Rohstoffen, in der Warenproduktion oder bei touristischen Angeboten. Innerhalb des Handlungsfelds Ressourcenschonung wurde Biodiversität als eines der Fokusthemen definiert. Die REWE Group in Österreich verfolgt daher das Ziel, die natürlichen Ressourcen zu erhalten und die Biodiversität entlang der Lieferketten zu schützen und zu fördern.

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), Rainforest Alliance und Marine Stewardship Council (MSC) berücksichtigt werden. Sie finden außerdem innerhalb der rohstoffspezifischen Leitlinien Anwendung, die von der REWE Group in Österreich für Rohstoffe formuliert wurden – etwa für Palmöl, Fisch oder Kakao.

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 vergangenen Jahren zahlreiche

Maßnahmen umgesetzt, um heimische Arten zu schützen und die Menschen für deren Erhalt zu sensibilisieren.

GRI 304-2

Seit 2018 renaturiert BILLA rund um seine Märkte Grünflächen in Naturwiesen. Bisher stellte man rund 30.000 m² Fläche an 40 BILLA und BILLA PLUS Standorten zur Verfügung. Damit schaffen BILLA und BILLA PLUS Märkte einen Lebensraum und Nahrung für tausende Insektenarten wie Wildbienen, Schmetterlinge, Heuschrecken sowie Vögel oder Amphibien. Gleichzeitig sind sie wichtige Räume für den genetischen Austausch unterschiedlicher Arten. Sie tragen damit zur Erhaltung biologischer Vielfalt bei, binden Feinstaub sowie Kohlenstoff und kühlen die Umgebung.

Wasser als eine der wertvollsten Ressourcen der Welt und Lebensraum für Pflanzen und Tiere will geschützt sein. Das ist BIPA genauso wichtig wie dem Verband der Naturparke Österreichs. So entstand 2023 unter dem Motto „Natur schützen, Naturparke unterstützen“ die Zusammenarbeit, welche mit der Initiative „Wasser voller Leben“ kreative Projekte von Naturpark-Schulen und -Kindergärten zum Thema Wasser fördert. Die gemeinsame Initiative hat es sich zur Aufgabe gemacht, Kindern die Bedeutung des Elements Wasser zu vermitteln und so ihr Bewusstsein für dieses Thema zu stärken. BIPA stellte hierzu € 50.000 zur Verfügung, von denen € 30.000 den 22 ausgewählten Projekten zugutekamen. Außerdem wurden 20 Prozent des Erlöses von bi good Produkten, welcher während den BIPA Nachhaltigkeitstage im Oktober 2023 erstanden wurde, an den Naturpark Nagelfluhkette zur Lebensraumverbesserung der Eisvögel gespendet.

2023 wurde eine Kooperation zwischen dem Tiergarten Schönbrunn und PENNY ins Leben gerufen. Das gemeinsame Ziel ist, in der Bevölkerung ein Bewusstsein für den notwendigen Schutz vieler gefährdeter heimischer Tierarten zu fördern. Im Rahmen der Kooperation werden folgende 7

Artenschutz-Projekte in Österreich unterstützt: Waldrapp, Habichtskauz, Europäische Sumpfschildkröte, Feuersalamander, Bartgeier, Hundsfisch und Wachtelkönig. Zusätzlich läuft ein Projekt zum Erhalt des Lebensraums Zoo für die heimische urbane Tierwelt. Der Schlosspark und der Tiergarten Schönbrunn sind mit einem breiten Nahrungsangebot und den kleinstrukturierten Lebensräumen, Tümpeln, Hecken und Waldgebiet ein Schlaraffenland für viele Arten.





BLÜHENDES ÖSTERREICH – BILLA GEMEINNÜTZIGE PRIVATSTIFTUNG

Mehr als die Hälfte aller Amphibien, Reptilien, knapp die Hälfte aller Fische und ein Drittel aller Vögel und Säugetiere sind in Österreich stark gefährdet. Die Klimakrise ist ein Hauptgrund für den Verlust der globalen Biodiversität; zugleich ist Biodiversitätsschutz ein effektives Mittel gegen die Klimakrise. Blühendes Österreich ist gelebte Verschränkung von Biodiversitäts- und Klimaschutz. Mit der Gründung von Blühendes Österreich - BILLA gemeinnützige Privatstiftung haben die Stifterin REWE International AG und ihre Partnerin BirdLife Österreich eine privatwirtschaftliche Modellinitiative für Biodiversität und Naturschutz gestartet. Blühendes Österreich leistet einen Beitrag zur Wiederherstellung, Verbesserung und Erhalt von naturschutzfachlich wertvollen Biotopen. Blühendes Österreich hat sich mittlerweile als maßgebliche und anerkannte Akteurin für Biodiversitäts- und Naturschutz in Österreich etabliert. Sie ist die größte privatwirtschaftliche Nachhaltigkeitsinitiative im Lebensmittelhandel. Als unabhängige Organisation mit einem ehrenamtlichen Vorstand, Mitarbeiter:innen und Geschäftsstelle steht Blühendes Österreich für langfristiges Engagement und Glaubwürdigkeit gegenüber den Kund:innen. Blühendes Österreich steht seit 2017 auf der Liste der spendenbegünstigten Organisationen Österreichs.



Im Mai 2022 zeichnete die Europäische Kommission Blühendes Österreich – BILLA gemeinnützige Privatstiftung mit dem Natura 2000 Award aus. Dieser ist der renommierteste Biodiversitätspreis Europas und wurde erstmals an eine privatwirtschaftliche Initiative verliehen und ging überhaupt zum ersten Mal nach Österreich.

STRATEGIE 2023-2030

2023 wurde die neue Strategiephase bis 2030 gestartet „Auf dem Weg zu einem naturpositiven Österreich 2023-2030: Gemeinsam für Biodiversität und Naturschutz.“ Im Rahmen dessen ist Blühendes Österreich der UN-Dekade 2020-2030 zur Wiederherstellung von Ökosystemen beigegeben. Gemeinsam mit ihren Partner:innen hat sich Blühendes Österreich bis 2030 zwei Hauptziele gesteckt:

- Weitere 1.000 Hektar bedrohter Ökosysteme und Biotop in Österreich erhalten und/oder verbessern
- 10 Millionen Kontakte über digitale Kommunikation und Plattformen erreichen und sensibilisieren

Die Stiftung verwendet 60-70% ihrer Mittel für Biodiversität-/Biotopschutz, 10-15% für Kommunikation und Outreach, 5-10% für den Fokus Schmetterlinge und 5-10% für Verwaltung. Ihre Aktivitäten orientieren sich entlang von vier Wirkungszielen:

- **Mobilisierung von Dritt- und Fördermitteln:** Der Fokus liegt in der Stärkung regionaler Zusammenarbeit: Projekte werden mit Partnern aus öffentlichen Institutionen, gemeinnützigen Organisationen und der Privatwirtschaft realisiert. Die Stiftung unterstützt nicht nur selbst, sondern hilft aktiv bei der Akquise von Drittmitteln.
- **Multiplikation und Engagement:** Wahrung eines kooperativen Ansatzes bei Presse- und Medienarbeit mit den Projektpartner:innen zur bestmöglichen Sichtbarmachung der Aktivitäten.
- **Integration und Kooperation:** Unterstützung der Projektpartner:innen bei strategischer Einbindung maßgeblicher lokaler, regionaler und nationaler Stakeholder sowie Beratung durch Expertinnen und Experten.
- **Langfristigkeit:** Regelmäßige Evaluierungen abgeschlossener Projektaktivitäten im Dreijahrestakt und Aufrechterhaltung der Kommunikation auch über die Projektphase hinaus.



IM BERICHTSJAHR ERBLÜHTE ERFOLGE

Blühendes Österreich standen 2023 Spendeneinnahmen von BILLA AG von 800.000 EUR zur Verfügung. Im Berichtsjahr 2023 waren 80 Projektpartner:innen unter Vertrag mit einer Biotopwirkung von 250 Hektar. Seit Beginn der Aktivitäten liegt die gesamte Flächenwirkung bei knapp 1.300 Hektar. Bis Ende 2023 hat Blühendes Österreich insgesamt 194 laufende und abgeschlossene Projekt finanziert. Weitere 36 Projekte wurden aufbereitet bzw. die Vertragserrichtung und die Projektbewertung vorbereitet.

2023 war Blühendes Österreich Inhalt und Thema von drei wissenschaftlichen Abschlussarbeiten und einer Dissertation an deutschen und österreichischen Universitäten

PROGRAMMSCHWERPUNKTE

SCHWERPUNKT FLORA:

Beitrag zu Biodiversitätsaktivitäten in der Lieferkette in der Obst- und Gemüseproduktion

Mit dem Programm FLORA verfügt Blühendes Österreich über eine eigenes Naturschutzprogramm zur Finanzierung und Stärkung von Naturschutzaktivitäten im Obst- und Gemüsebau in Österreich bzw. innerhalb der Lieferkette von BILLA AG der REWE International. FLORA ist ein Naturschutzvertragsprogramm auf Freiwilligenbasis. Kooperationspartner:innen sind offizielle anerkannte Erzeugerorganisationen im Obst- und Gemüsebau: LGV-Sonnengemüse e.Gen., OPST Obst Partner Steiermark und Erzeugerorganisation Obst Steiermark. Über FLORA wird einzig der naturschutzfachliche Wert einer Fläche anhand der Roten Liste der österreichischen Biotoptypen bemessen. Die Flächen erhalten einen „ökologischen Marktwert“, der ihrer historisch-kulturellen, sozioökonomischen und ökosystemrelevanten Wichtigkeit entspricht. Damit wird erreicht, dass naturschutzfachlich hochwertige Biotoptypen,

ungeachtet ihres zumeist geringen landwirtschaftlichen Ertragswerts, erhalten bleiben. 2023 waren 53 Obst- und Gemüseproduzent:innen mit einer Flächenwirkung von 112 Hektar naturschutzfach wertvollen Biotopen unter Vertrag.

SCHWERPUNKT: PROJEKTFINANZIERUNG BIODIVERSITÄT

Mittels themenorientierte Programmschwerpunkte werden österreichweit Leuchtturmprojekte und Renaturierungsprojekte zu Biodiversität und Naturschutz in landwirtschaftlichen Bereich unterstützt. Über diesen Schwerpunkt werden u.a. Schutzgebietsmanagements und Projekte in Europaschutzgebieten, weiteren hochrangigen Schutzgebiete, sowie Aktivitäten zum Schutz hochgradig gefährdete Biotope und Arten finanziert. Dazu werden eigene Calls durchgeführt und öffentliche Förderprogramme kofinanziert, wie z.B.: Programm LEADER oder Programm Ländliche Entwicklung. 2023 organisierte Blühendes Österreich zwei Calls. Einer war dem Schwerpunkt Streuobst und Naturschutz gewidmet. Der zweite dem Jugendschwerpunkt „Changemaker #nature – Youth lead the Change. Dieser wird vom Biodiversitätsfonds des Klimaschutzministerium und von der Europäischen Union Programm next Gen, kofinanziert. Insgesamt betreute Blühendes Österreich 2023 – in Umsetzung, abgeschlossen, sowie in Vorbereitung – 57 Projekte mit einem Hektarimpact von 300 Hektar.

In der neuen Strategiephase 2023-2030 wird der Bildungsschwerpunkt nicht mehr fortgesetzt. Im Jahr 2023 wurden daher keine neuen Projekte finanziert. Zwei Projekte von der Universität Innsbruck, der inatura Erlebnisschau GmbH und des Obst- und Gartenbauvereins Vorarlbergs sind noch Projektpartner:innen und werden 2024 beendet. Im Wissenschaftsbereich laufen aktuell zwei Projektfinanzierungen der Universität Innsbruck und der Partner inatura GmbH zu Aktivitäten zu Schmetterlings-/Insektenmonitoring in Vorarlberg und Tirol.



PROJEKTLANDSCHAFT

- Die Website und Plattform bluehendesoesterreich.at ist die stärkste digitale Plattform für Naturtourismus und Naturcontent in Österreich. Blühendes Österreich bündelt an die 100 Organisationen mit tausenden Naturveranstaltungen pro Jahr uns vereint bereits über 1.300 Beiträge zum Klima, Natur, Umwelt und Landwirtschaft.
- In Kooperation mit dem Biodiversitätsfonds des Klimaschutzministerium wurde 2022 das größte Biodiversitätsprogramm für Jugendorganisationen und Jugendliche gestartet „Changemaker #nature– Youth lead the Change“. Das Klimaschutzministerium kofinanziert das mehrjährige Projekt mit 200.000 EUR. Beim zweiten Call 2023 wurden von 40 Einreichungen 18 Projekte eine Finanzierung zugesagt. In der Jury sitzen nur jungen Menschen unter 27 Jahren.
- Gemeinsam mit der ARGE Streuobst Österreich führte Blühendes Österreich 2023 den nationalen Programmcall #streuobst durch. Für 13 Leuchtturmprojekte mit einer Biotopwirkung von 20 Hektar stellt Blühendes Österreich knapp € 116.000 zur Verfügung. Damit werden Projekte mit einem Gesamtwert von € 250.000 ermöglicht. Die Projekte werden 2024 bis 2025 umgesetzt. € 12.500 stellte Henkel für einen Sonderpreis zur Verfügung.
- Die Citizen Science-Projekt „Schmetterlinge Österreichs“ ist mit über 50.000 Downloads und der dazugehörigen Desktop-Version eine der größten Naturbeobachtungs-Apps im europäischen Raum. Bis dato haben 26.000 Teilnehmer:innen mehr als 900.000 Schmetterlinge beobachtet, fotografiert und gemeldet. Neben dem Schutz von naturschutzfachlich hochwertigen Flächen ist Bewusstseinsbildung ein wichtiger Teil von Blühendes Österreich. 2023 wurde mit der österreichweiten Initiative „Natur im Garten“ eine Kooperation zum Schwerpunkt Schmetterlinge gestartet.

Mach mit,
hier geht es zur
Schmetterlings-App!







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 jedoch häufig Gegenteiliges der Fall.

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. Es dokumentiert die übergreifenden Ziele der REWE Group in Österreich für eine nachhaltigere Tierhaltung. Ebenso zeigt es 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:

- Freiheit von Hunger, Durst und Fehlernährung
- Freiheit von Unbehagen
- Freiheit von Angst, Stress und Leiden
- Freiheit von Schmerzen, Verletzungen und Krankheiten
- 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 bereits im Dezember 2016 eine eigene **Leitlinie Tierwohl**, die die wesentlichen Maßnahmen und Handlungsfelder für Österreich darstellt.

PROJEKTE UND MASSNAHMEN ZUR VERBESSERUNG DES TIERWOHLS

Die REWE Group in Österreich setzt proaktiv freiwillige Tierwohl-Standards über den gesetzlichen Anforderungen. Bereits seit 2020 kommt Frischfleisch bei BILLA und BILLA PLUS zu 100 % aus Österreich. Im Berichtsjahr 2023 wurde ein weiterer Meilenstein erreicht: das Frischfleisch in Bedienung ist nunmehr ausschließlich in 100% Tierwohl-Qualität erhältlich.

Gemeinsam mit Lieferanten implementieren wir verbindliche Standards für das Tierwohl und fördern den Dialog zwischen allen Partnern.

„Ja! Natürlich“ setzt 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, in der 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. Das zusätzlich gefütterte Bio-Futter stammt häufig vom eigenen Hof, auf jeden Fall aber zu 100 Prozent aus Österreich und ist garantiert gentechnikfrei (gemäß EU-Bio-Verordnung).

Die Bio-Betriebe werden regelmäßig von unabhängigen Kontrollstellen und Tierärzten besucht. Diese Bio-Überprüfungen gehen über die vorgeschriebenen Standards hinaus: Die Produzenten stellen sich nicht nur den Bio-Kontrollen durch autorisierte Bio-Kontrollstellen und der Bio-Zertifizierung, sondern auch eigenen Ja! Natürlich Qualitätskontrollen durch interne und externe Experten. Dieses engmaschige System wurde unter anderem von Greenpeace als sehr vertrauenswürdig eingestuft und sehr positiv bewertet. Im Gütezeichen-Guide hebt die Umweltschutzorganisation die weit über das AMA-Bio-Siegel hinausgehenden hohen Standards hervor.

Die Haltung der Tiere mit mehr Platz und viel Freilauf stärkt das Immunsystem und wirkt sich auch positiv auf die Tiergesundheit aus. Und auch eine durchdachte Auswahl der Rassen führt zu weniger Krankheiten. Natürlich werden erkrankte Tiere mit Medikamenten behandelt, jedoch ist der präventive Einsatz von Antibiotika streng verboten. Im Fall von Medikamenteneinsatz besteht zudem zwischen Verarbeitung und Schlachtung eine Wartefrist.

Letztendlich zählt zu Tierwohl auch, den letzten Weg der Tiere so stressfrei wie möglich zu gestalten. Ja! Natürlich hat die selbst auferlegte Vorgabe, dass immer der nächstgelegene taugliche Schlachthof angefahren werden MUSS.



Oftmals werden die Tiere somit direkt in der Region geschlachtet. Ist eine Schlachtung in unmittelbarer Umgebung nicht möglich, wird eine maximale Transportzeit von 4,5 Stunden vorgegeben (gesetzlich erlaubt wären 8 Stunden). Die Schlachthöfe sind so gestaltet, dass die Tiere sich von der Fahrt dorthin erholen können und dann möglichst schonend der Schlachtung zugeführt werden.



Die bisherigen Tierwohlprogramme PRO PLANET Huhn und „Fair zum Tier“ wurden im Frühjahr 2020 zusammengelegt. Der nunmehr gemeinsame Name „Fair zum Tier“ steht für einen Standard, der gesetzliche Vorgaben deutlich übertrifft. Mit dem dazu gehörenden Siegel werden Produkte höchsten Tierwohlstandards gekennzeichnet. Die Auslobung erfolgt auf Eigenmarkenprodukten von Fleisch (Rind, Schwein, Huhn), Eiern und Molkereiprodukten. Durch die Kennzeichnung sollen Produkte aus artgemäßer und konventioneller Tierhaltung leichter zu erkennen sein. Das Programm setzt einen weiteren Schritt für eine nachhaltige Verbesserung der konventionellen Tierhaltung in

Österreich: Entlang der gesamten Wertschöpfungskette werden unabhängige Kontrollen durchgeführt.

Für den Schweinefleischbereich werden um- und neugebaute Ställe für die Produktion vorgeschrieben. „Fair zum Tier“ untersagt Vollspaltenböden, verlangt mehr Platz und einen Zugang ins Freie. Eingriffe an Ferkeln, wie die Kastrierung und das Kupieren des Schwanzes, dürfen nicht ohne vorangehende Betäubung, Schmerzausschaltung und einer Schmerzbehandlung durchgeführt werden. Die Fütterung der Schweine erfolgt mit heimischem, gentechnikfreiem Soja. Meist wird es von den 35 Schweinehaltenden Betrieben selbst angebaut.

Das ALMO-Rindfleisch des „Fair zum Tier“ Programms stammt von Maststieren und Ochsen, welche in Österreich geboren, aufgezogen und geschlachtet werden. Die Mastriinder müssen in Laufställen mit Zugang zu einem Auslauf oder eine Weide gehalten werden. Falls dies nicht möglich ist, ist ein Stall mit offener Front (Tageslicht und frische Luft) eine mögliche Alternative. Die Stallgebäude müssen mindestens 35 Prozent mehr Platz aufweisen als gesetzlich vorgeschrieben. Als Futter erhalten die Tiere ausschließlich hochwertige Silage, Heu und gentechnikfreies Getreide. Ein Verbot von Vollspaltenböden, Anbindehaltung und langen Transportwegen zum Schlachthof sind ebenfalls im Qualitätsprogramm festgeschrieben. Die Enthornung und Kastrierung der Tiere darf nur behutsam unter Betäubung und Schmerzausschaltung sowie -nachbehandlung erfolgen. Derzeit sind 388 landwirtschaftliche Betriebe Lieferanten für das Programm.

Die Milchkühe der 23 teilnehmenden „Fair zum Tier“-Betriebe müssen in Laufställen gehalten werden. Die Anbindehaltung ist verboten. Weidehaltung oder ein Auslauf sind Pflicht. Die Fütterung erfolgt ausschließlich mit Heu und frischem Gras, der Einsatz von Getreideschrot ist begrenzt.

Eingestreute Liegeflächen sowie Scheuermöglichkeiten tragen wesentlich zum Wohlbefinden der Tiere bei.

Die „Fair zum Tier“-Hühner stammen ausschließlich von österreichischen Partnerbetrieben aus Kärnten und der Steiermark. Den Masthühnern steht rund 20 Prozent mehr Lebensraum und Tageslicht als gesetzlich vorgeschrieben zur Verfügung. Strohballen bieten den Hühnern Beschäftigung und Ruheplätze. Ebenso ist der Schutz der Tiere bei Verladung, Transport und Schlachtung streng geregelt. Etwa 79 Hühnermastbetriebe nehmen am Programm teil. Für die Legehennen der 49 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. Die Futtermittel sind gentechnikfrei und stammen aus Österreich oder Europa. Die Anzahl an Hennen pro Stall ist auf max. 3.000 Tiere begrenzt. Unsere Marke Tonis Freiland Eier hat bereits 2019 auf eine „Bruderhahnaufzucht“ umgestellt. Somit werden auch die männlichen Küken aufgezogen. Die Aufzucht der männlichen Küken erfolgt auf eigenen Betrieben, bei denen den Küken sowohl ein Grünauslauf als auch ein Außenscharrraum vorfinden. Die Besatzdichte auf 21 kg/m² beschränkt, was einer wesentlichen Reduktion gegenüber dem gesetzlichen Standard in Österreich entspricht. Die Mindestaufzuchtdauer liegt bei neun Wochen. In dieser Zeit bekommen die Hähne ausschließlich gentechnikfreie Futtermittel.

MASSNAHMEN GEGEN STOPFMAST, LEBENDRUPF UND KÄFIGHALTUNG

Stopfmast und Lebendrupf ist in vielen Ländern Europas in der Gänsehaltung im Gegensatz zu Österreich nach wie vor erlaubt. Diese Produkte werden auch in Österreich immer noch verkauft. Um die 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 gilt ein EU-weites Verbot der konventionellen Käfighaltung für Legehennen. Die REWE Group in Österreich ging noch einen Schritt weiter: In Eigenmarkenprodukten wie Nudeln und Backwaren dürfen nur Eier aus Boden- und Freilandhaltung verarbeitet werden. Daher verlangt die REWE Group in Österreich von ihren Produzenten seit 2013 eine Zertifizierung oder andere Nachweise. Die empfohlenen Zertifizierungssysteme KAT und HG geben den Konsument:innen Sicherheit. Sie zeigen, dass die gekennzeichneten Produkte keine Eier aus konventioneller Käfig- oder Kleinvolierenhaltung enthalten.

TIERFREUNDLICHE TOURISTIK

Um dem Anspruch nach tierfreundlichen Angeboten gerecht zu werden, verfügt die DERTOUR seit 2017 über eine verbindliche Tierschutzrichtlinie. Als verantwortungsbewusster Reiseveranstalter, der sich zu nachhaltigem Handeln verpflichtet, legt DERTOUR Wert auf Natur- und Tierschutz. Deswegen unterstützt das Unternehmen Reiseerlebnisse, bei denen die Beobachtung von Tieren in freier Wildbahn im Vordergrund steht. Die Tierschutzrichtlinie regelt den Umgang touristischer Produkte mit Tierinteraktionen. Sämtliche Angebote von DERTOUR, bei denen Tiere zur touristischen Unterhaltung eingesetzt werden, wurden überprüft. Konsequenterweise wurden Angebote wie Ele-

fantentreiten und Elefantenshows, Delfinschwimmen, Selfies mit Wildkatzen und Bärenshows aus dem Verkauf der deutschen Veranstaltermarken genommen.

Um die Einhaltung der festgelegten Tierschutzkriterien und anerkannten Standards Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften sicherzustellen, werden Tiereinrichtungen im Rahmen unabhängiger Audits überprüft. Außerdem verpflichtet sich DERTOUR, Kunden über einen angemessenen Umgang mit Tieren und tierfreundliche touristische Angebote zu informieren. 2019 wurde die Richtlinie auf die gesamte DERTOUR Gruppe ausgeweitet. Dazu zählen eine umfassende Gruppenstrategie und ein Aktionsplan mit verbindlichen Maßnahmen.





MANAGEMENTANSATZ

Der vermehrte Konsum pflanzlicher Produkte ist kein kurzlebiger Trend, sondern als langfristige gesellschaftliche Veränderung ein besonderes Anliegen unserer Kundinnen und Kunden in Österreich. Neben Aspekten wie Tierwohl und Gesundheit spielt ein reduzierter Konsum tierischer Produkte auch eine entscheidende Rolle im Klimaschutz.

Mit der zentralen strategischen Verankerung von „Plant-based“ in die Unternehmensstrategie nehmen wir unsere Verantwortung wahr, möglichst vielen unserer Kund:innen eine bewusste Ernährungsweise für die langfristige Gesundheit von Mensch, Tier und Umwelt zu ermöglichen. Damit immer mehr Kund:innen und Kunden einen bewussteren Lebensstil verwirklichen können, spielen bei der Weiterentwicklung des plant-based Sortiments die höchste (geschmackliche) Qualität, eine faire Preisgestaltung sowie eine nahbare und transparente Kommunikation und Information eine wesentliche Rolle. Diesen Überzeugungen tragen wir auch strukturell durch eine eigene Plant-based Development Abteilung Rechnung.

Um insbesondere Flexitarier:innen bei einer vermehrt pflanzenbasierten Ernährung zu unterstützen, ist die kontinuierliche Optimierung der Produktpalette im Sinne des bestmöglichen sensorischen Erlebnisses entscheidend. Im Herbst 2022 wurden im Rahmen einer groß angelegten Verkostung des BILLA plant-based Expert:innen-Teams rund 3.000 pflanzenbasierte Produkte im Bereich Fleisch, Wurst und Fisch degustiert. Auf Basis der Verkostung wurde unter anderem die Produktpalette der Eigenmarke Vegavita Großteils überarbeitet und neue Rezepturen entwickelt, die 2023 sukzessive in das Sortiment aufgenommen wurden.

Der Preis für pflanzliche Produkte sollte nicht mehr der entscheidende Faktor beim Lebensmitteleinkauf sein. Dennoch wird bspw. pflanzliche Milch nach wie vor mit 20 Prozent besteuert und tierische Milch mit nur 10 Prozent. Daher fordern wir aktiv die Angleichung der Mehrwertsteuer nach internationalem Vorbild. Zudem setzten wir 2023 als Vorreiter bzw. erster Lebensmitteleinzelhändler eigene Schritte zur Reduktion von Preisunterschieden. Seit November 2023 leisten wir einen proaktiven Beitrag und bieten alle Vegavita Produkte, die ein tierisches Pendant haben, automatisch zum gleichen, oder wenn möglich noch günstigeren, Preis an. Denn wir möchten allen Kund:innen pflanzlichen Genuss zu erschwinglichen Preisen ermöglichen.

Der Vergleich erfolgt mit den BILLA Eigenmarken ausgenommen Clever. Ist kein vergleichbares Eigenmarkenprodukt vorhanden, wird ein preislich und qualitativ vergleichbares Produkt einer Drittmarke als Basis herangezogen. Die Produktpreisvergleiche beziehen sich auf den Grundpreis je 100g.

Neben Geschmack und Preis setzen wir auf eine klare Kommunikation und Information, um die Zugänglichkeit des Angebots weiter zu verbessern. 2023 wurde mit dem Relaunch der Marke Vegavita, als die älteste Eigenmarke eines Lebensmitteleinzelhändlers mit ausschließlich pflanzlicher Produktvielfalt (seit 2002), ein wichtiger ergänzender Meilenstein gesetzt. Auch die begleitende Information rund um das Thema pflanzenbasierte Ernährung hat einen hohen Stellenwert. Das umfasst zum einen direkte Kund:innenansprache durch partizipative Formate wie regelmäßige Verkostungen und Events mit beliebten plant-based Marken, die immer wieder die Möglichkeit bieten, sich weiter von der pflanzlichen Vielfalt überzeugen zu lassen und Bewusstsein zu schaffen. Zum anderen setzen wir auf die Vermittlung von Wissen über unsere Kommunikations-

kanäle zu den Kund:innen. Wir beobachten eine Vielzahl an Entwicklungen und Innovationen im plant-based Sektor und sehen es als unsere Mission, diese für unsere Kund:innen zu filtern und das beste und größte pflanzliche Sortiment anzubieten.

Bei der Produktentwicklung von Vegavita spielt zudem ein ganzheitlicher schonender Umgang mit Ressourcen eine entscheidende Rolle:

- Verzicht auf gehärtete Fette, Palmöl und Geschmacksverstärker
- Soja zu 100% aus Europa
- Mit dem V-Label ausgezeichnet
- Ausbau nachhaltiger Verpackungsmaterialien: Wir optimieren bestehende Verpackungen, indem wir den Materialeinsatz verringern oder dafür sorgen, dass die Verpackung besser recycelbar ist. Außerdem versuchen wir, wenn möglich, auf alternative Materialien, Sekundärstoffe und natürlich zertifizierte Rohstoffe zurückzugreifen.



Pflanzenbasierte Produktpalette (Eigenmarken)		Einheit	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
Pflanzenbasierte Produkte gesamt (Eigenmarken)		Anzahl	1.387	1.620	17%
davon					
Pflanzenbasierte Pendants ¹		Anzahl	349	457	30,9%
Von Natur aus pflanzenbasierte Produkte		Anzahl	1.038	1.163	12,0%

Tabelle 4: Pflanzenbasierte Produktpalette (Eigenmarken)

1) Artikel, die typischerweise ein tierisches Pendant bzw. ein Pendant mit tierischen Inhaltsstoffen haben

ENTWICKLUNG DER PRODUKTVIELFALT

BILLA PLUS Märkte bieten österreichweit das größte plant-based Sortiment mit rund 7.000 rein pflanzlichen Produkten an. Die Weiterentwicklung des Sortiments auf Basis gezielter und regelmäßiger Verkostungen findet sich auch in der steigenden Anzahl pflanzenbasierter Pendants wieder. Im Jahr 2023 kamen 108 neue rein pflanzliche Eigenmarkenprodukte hinzu und erweitern das Sortiment damit auf 457. Als größte Bio-Marke Österreichs setzt auch Ja! Natürlich auf den Ausbau des rein pflanzlichen Angebots. Neben einem breiten Gemüse- & Obstsortiment in Bio-Qualität legt Ja! Natürlich Wert auf regionale Wertschöpfungsketten, bspw. bei Sojabohnen und Reisanbau, und vereint damit Klimaschutz, Regionalität und Bio-Qualität. Das pflanzenbasierte Produktportfolio unserer Eigenmarken steigt im Berichtsjahr in Summe um 17%.





BILLA PFLANZILLA IN WIEN & GRAZ

Im September 2022 eröffnete mit BILLA PFLANZILLA der erste rein pflanzliche Store eines klassischen Lebensmittel-einzelhändlers auf der Wiener Mariahilfer Straße. Mit BILLA PFLANZILLA erleichtert BILLA maßgeblich den Einkauf von Kund:innen, die zu rein pflanzlichen Produkten greifen. Die Fläche von über 200 m² bietet Platz für mehr als 3.000 rein pflanzliche Produkte und neue Serviceangebote. Speziell geschulte Mitarbeiter:innen stehen den Kund:innen in allen Fragen rund um die BILLA PFLANZILLA Produktpalette mit Rat und Tat zur Seite. Das vielfältige Sortiment erstreckt sich unter anderem über rein pflanzliche Fleisch-, Wurst- und Milchprodukte, Tiefkühlwaren, Snacks, Back- und Süßwaren sowie Basisprodukte für pflanzenbasierte Gerichte wie Hülsenfrüchte, Getreide, Samen, Nüsse, Obst und Gemüse. Alle Artikel sind zu 100% pflanzlich und versprechen beste Qualität. BILLA PFLANZILLA ist außerdem wichtige Drehscheibe für Produktinnovation von Start-Ups wie Revo Foods mit einem Lachsfilet auf Pilzbasis, das im 3D-Druckverfahren hergestellt wird und erstmals weltweit in einem Supermarkt erhältlich ist.

Im November 2023 kam auch in der Grazer Innenstadt ein BILLA PFLANZILLA als temporärer Pop-Up-Store hinzu, um das wachsende Sortiment für einen gewissen Zeitraum zentral erlebbar zu machen. Nicht nur in den beiden Leuchtturmprojekten, den PFLANZILLA Stores in Wien und in Graz, möchte BILLA seinen Kund:innen rein pflanzlichen Genuss ermöglichen und die stetig wachsende Bandbreite an plant-based Produkten aufzeigen. Auch in den konventionellen Märkten wurde die Produktvielfalt erweitert. In ausgewählten BILLA PLUS Standorten wurde das Sortiment ab Ende November 2023 um eine eigene „PFLANZILLA Welt“ ausgebaut. Darunter rund 150 Neuheiten und Verkostungssieger, die es bisher zum Großteil nur bei BILLA PFLANZILLA zu entdecken gab.

Im Bereich von Convenience-Food und dem Gastronomiebetrieb in den Marktküchen werden ebenfalls bewusst pflanzenbasierte Gerichte angeboten. Um unsere vielfältigen Kund:innenbedürfnisse zu bedienen, besteht freie und kostenneutrale Auswahl zwischen pflanzenbasierten und tierischen Zutaten bzw. Proteinquellen. Neben dem stationären Handel setzen wir auch bei unserem Online-Sortiment strategisch auf den Ausbau des plant-based Sortiments. Mit 2.300 Produkten im Jahr 2023 hat sich das Angebot im Zuge der letzten drei Jahre verdoppelt. Der Online-Shop ist neben den PFLANZILLA Stores wichtiger Anlaufpunkt für ein exklusives und erweitertes pflanzenbasiertes Produktangebot.





MANAGEMENTANSATZ

Die Sicherheit der Produkte und die Gesundheit unserer Kund:innen sind oberstes Gebot – sowohl im Handel als auch bei DERTOUR. Im Handel geht es darum, Qualität zu sichern und die Gesundheit der Kund:innen auf diese Weise sicherzustellen. Im Bereich Touristik gilt es, für das Vertrauen und die Sicherheit der Reisenden zu sorgen. Dazu zählt ein umfassendes Krisen- und Sicherheitsmanagement im Urlaubs- und im Heimatland.

GRI 416

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

Als Kennzahlen dienen unter anderem die Ergebnisse interner Produktkontrollen (mikrobiologische, chemische und physikalische Parameter) sowie von Märkten und Lagern (Warenumgang, Personalhygiene, Reinigung und Desinfektion, Kühlkette). Sie werden halbjährlich erhoben, ausgewertet und im Qualitätsmanagement-Report der REWE Group in Österreich vorgestellt. Ein besonderer Schwerpunkt des Qualitätsmanagements liegt auf den 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 Stich-

probenuntersuchungen von unabhängigen, akkreditierten Prüfinstituten.

Die Stichproben werden risikobasiert nach Lieferanten- und Produktrisikio ermittelt. Lebensmittel wie frisches Obst oder Gemüse werden daher häufiger untersucht als 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. Die REWE Group in Österreich führt auf Basis von Risikoanalysen zusätzliche Lieferantenaudits durch. Dabei werden Produktbeanstandungen, Reklamationen von Kund:innen und die Risikoklassifizierung der Produktgruppen ausgewertet. Hersteller und Lieferanten, die die Qualitätsstandards der REWE Group in Österreich nicht erfüllen, werden aufgefordert, dies umgehend zu ändern – andernfalls droht die Auslistung.

Hinzu kommen jährliche Prüfungen der Warenlager durch interne Auditor:innen und eine unabhängige externe Kontrollstelle. Sie sind in alle Lagerbereiche vom Wareneingang bis zum Transport in die Märkte einbezogen. Zusätzlich gibt es spezielle Audits innerhalb des Lagers. Dabei wird die Umsetzung der Qualitätsanforderungen für Obst und Gemüse geprüft.

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 werden systematisch erfasst und an die verantwortlichen Personen weitergeleitet. Auf diese Weise können Abweichungen umgehend korrigiert werden.

BEURTEILUNG DER AUSWIRKUNGEN

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 verschiedenen Eigenmarken der REWE Group in Österreich. Das Qualitätsmanagement reicht von der Produktentwicklung und Auswahl der Lieferanten bis 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.

Die Produkte der Eigenmarken werden regelmäßig intern sowie durch akkreditierte, unabhängige Institute untersucht. Dabei werden nicht nur die gesetzlich vorgeschriebenen Werte überprüft. Wir prüfen auch, ob die oft weit darüber liegenden Anforderungen der REWE Group in Österreich erfüllt sind. Damit in Krisenfällen – etwa bei Produktrückrufen – schnell und effizient reagiert werden kann, gibt es im Qualitätsmanagement eine zentrale Koordinationsstelle. Für die Bio-Marken haben wir zusätzliche Qualitätssicherungen eingerichtet. Im Auftrag von „Ja! Natürlich“ und „Echt B!O“ werden dabei Unternehmen und Produkte getestet. Das engmaschige Kontrollnetz umfasst Jahr für Jahr neben den gesetzlichen Kontrollen auch zusätzliche Audits in Biobetrieben.



PESTIZIDREDUKTIONS-PROGRAMM (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, NGO und der Wissenschaft an Lösungen, um mögliche negative Effekte für Umwelt und Gesundheit zu minimieren und dabei die Produktion und Ertragssicherheit für die Landwirte sicherzustellen. Vor diesem Hintergrund wurde bereits 2003 gemeinsam mit der Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000 das Pestizidreduktionsprogramm (PRP) entwickelt und ist bis dato im Einsatz.

Die Programmarbeit von GLOBAL 2000 umfasst vier Bereiche:

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

Unabhängige Labors untersuchen wöchentlich Proben aus dem gesamten Obst- und Gemüsesortiment auf Pestizidrückstände. Die Probenziehung orientiert sich u. a. an der Saisonalität, sodass auch Obst und Gemüse, das nur wenige Wochen im Markt ist, entsprechend überprüft wird wie 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 Website veröffentlicht. GLOBAL 2000 erstellt seit 2009 jährlich den Statusbericht „Chemischer Pflanzenschutz“ für die REWE Group. Er zeigt die Pestizidbelastung des konventionellen Sortiments an Frischobst und –Gemüse und ist die Grundlage für Weiterentwicklungen.

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

2023 wurden 1.608 Proben (2022: 1.484) von 124 verschiedenen Produkten (2022: 115) auf Pestizidrückstände untersucht und durch GLOBAL 2000 bewertet. 79,1 Prozent (2022: 80,5) bzw. 1.272 Proben waren mit Rückständen über der Nachweisgrenze belastet. Bei 13 Prozent der Proben (2021: 12) wurden die strengen Grenzwerte des PRP nicht eingehalten.

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

VERSTÖSSE IM ZUSAMMENHANG MIT GESUNDHEIT UND SICHERHEIT

GRI 416-2

In Österreich erfolgten 2023 sieben Rückrufe insgesamt. Drei betreffen öffentliche Rückrufe aufgrund von Fremdkörpern in den Eigenmarkenprodukten. Rückrufe bezogen auf Kontamination gab es im Berichtsjahr keine. Drei Rückrufe erfolgten aufgrund eines nicht deklarierten Allergenes. Aufgrund von mikrobiologischen Abweichungen erfolgte ein Rückruf.

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.

BEWUSSTE ERNÄHRUNG

GRI Food Processing (FP)

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. In der Folge benötigen die Menschen 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. Konsument:innen wünschen sich Angebote, die auf ihre individuellen Bedürfnisse abgestimmt sind und Unterstützung zur nachhaltigen und gesunden Ernährung bieten. Die Aktivitäten zum Handlungsfeld Bewusste Ernährung verfolgen das Ziel, eine vielfältige Ernährung und einen gesunden Lebensstil zu fördern – durch Produktanpassungen und die Sensibilisierung der KonsumentInnen.

Zur Förderung einer ausgewogenen Ernährung nimmt die REWE Group in Österreich Änderungen in den Rezepturen der Eigenmarken vor. Diese können allerdings den Geschmack und andere Qualitätsmerkmale beeinflussen. Aus diesem Grund müssen wir schrittweise, mit Augenmaß und im Dialog mit den Kund:innen vorgehen. Wir sind Partner unserer Kund:innen, nicht Vormund. Wir begleiten die Umstellung durch gezielte Kommunikation und Information.



Wenn wir Zucker, Salz, Fett oder gesättigte Fettsäuren in den Eigenmarken reduzieren, leisten wir einen wichtigen Beitrag für eine ausgewogene und gesunde Ernährung. Dafür haben wir 2018 ein Positionspapier veröffentlicht, in welchem wie oben erwähnt Prozesse und Ziele der Salz- und Zuckerreduktion festgeschrieben sind. Molkereiprodukte, Süßwaren, süße Feinbackwaren, Eis, Obstkonserven, Convenience-Produkte und alkoholfreie Getränke wurden bereits 2018 auf ihren Zuckergehalt überprüft. Auch Neulistungen werden evaluiert und Reduktionspotenziale ermittelt. Wir prüfen auch immer wieder andere Bestandteile.

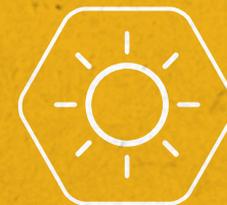
In Zusammenarbeit mit den Lieferanten arbeitet die REWE Group in Österreich laufend an der Entwicklung neuer Artikel, die höchsten Genuss und gewohnte Konsistenz bieten und ohne (viel) Zucker auskommen. Die Produktentwicklung soll Kund:innen dabei zu unterstützen, sich bewusst zu ernähren. Ebenso will 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) und bei einigen Artikeln gänzlich auf Zuckerzusatz
- 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 1,5 g /100 g.

- Zuckerreduzierte Artikel finden sich in den Eigenmarken-Linien „Ja! Natürlich“, „clever“, „Simply Good“, „BILLA immer gut“ und BILLA Bio.







ENERGIE, KLIMA & UMWELT



STRATEGISCHER ANSATZ

Zukunftsgewandtes unternehmerisches Handeln beinhaltet nicht nur die Verantwortung für die heutige, sondern, ganz im Sinne der Nachhaltigkeit, auch für zukünftige Gesellschaften. Damit einher geht die Notwendigkeit, die negativen Umweltauswirkungen des eigenen Handelns und auch in der Lieferkette auf ein ökonomisch vertretbares Minimum zu reduzieren. Wenn es um einen nachhaltigen Umgang mit Energie, Klima und Ressourcen geht, gilt daher die Vorgabe: Ressourceneinsatz und Emissionen sollen reduziert und die Effizienz gesteigert werden.

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. Für die Eindämmung von indirekten Umweltauswirkungen siehe „**Verantwortung in der Lieferkette**“.

Die Einsparung von Energie und die Vermeidung assoziierter Treibhausgasemissionen haben einen besonderen Stellenwert für das Unternehmen. So hat die REWE Group in Österreich ein zentrales Energiemanagement zur Steuerung ihrer Effizienzmaßnahmen aufgebaut. Wir setzen auf erneuerbare Energie. Seit 2008 nutzen wir Grünstrom; über unsere Photovoltaikanlagen werden wir selbst für die Energiezukunft tätig. Wir schöpfen Optimierungspotenziale in der Logistik aus und stellen erneuerbaren Strom an einer wachsenden Anzahl an Ladepunkten für nachhaltige

Mobilität zur Verfügung. Ihre Fortschritte überprüft die REWE Group in Österreich in einer jährlichen Klimabilanz, die von unabhängigen Experten erstellt wird.

Natürliche Ressourcen nutzen wir unter Einsatz der besten verfügbaren Technologie effizient, dem Abfall- und Recyclingmanagement kommt eine wichtige Bedeutung zu. Stoffkreisläufe zu schließen und kreislauffähige Prozesse für uns und unsere Kund:innen zu verwirklichen, ist vermehrt Ziel im Bereich der Ressourcenschonung. In unseren betrieblichen Prozessen verfolgen wir eine möglichst hohe Quote der stofflichen Wiederverwertung, bei den eingesetzten Betriebsstoffen wie Papier aber auch den eingesetzten Baumaterialien entscheiden wir uns für umwelt- und ressourcenschonende Lösungen.

Wir sind uns zudem unserer Verantwortung beim Materialeinsatz von Lebensmitteln und Drogerieartikeln sowie deren Verpackungen bewusst und erarbeiten daher kontinuierlich an unseren Produkten. Eine optimierte Prozesskette ermöglicht zudem den effizienten Verkauf des Großteils unserer Waren. Dennoch anfallende Lebensmittelüberschüsse lassen sich nicht vollends vermeiden. Potenzielle Abfälle führen wir durch einen breiten Maßnahmenmix einer dem Wert eines Lebensmittels angemessenen Verwendung und Verwertung zu. Gemeinsam mit unseren Stakeholdern in der Lieferkette, aus der Politik und der Branche verfolgen wir proaktiv neue Lösungen.

Mit ihrem Engagement leistet die REWE Group in Österreich auch einen Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs).

Folgende SDGs sehen wir für „Energie, Klima und Umwelt“ als entscheidend:

7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE



11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN



13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ



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.



ZIELE UND KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPI)

- Bis 2030 wollen wir unseren Stromverbrauch je Quadratmeter Verkaufsfläche (in kWh/m²) in Österreich gegenüber 2019 um 10% senken.
- Bis 2030 wollen wir unseren fossilen Wärmeverbrauch in Österreich gegenüber 2019 um 20% senken.
- Mit dem Beitritt (Status: Committed) zur Science Based Target Initiative (SBTi) bekennen wir uns als REWE Group zu wissenschaftsbasierten Klimazielen auf Basis des 1,5-Grad-Pfads des Pariser Klimaabkommens.
- Bis 2050 wollen wir mit allen Konzerneinheiten Netto-Null-Emissionen erreichen.
- Im Zuge des klima.aktiv Pakts werden wir in Österreich die Treibhausgasemissionen um mind. 60% gegenüber 2005 reduzieren.
- Wir verfolgen 100 Prozent umweltfreundlichere Eigenmarken-Verpackungen bis 2030.
- Kontinuierliche Reduktion der Lebensmittelverschwendung u.a. durch Weitergabe an karitative Einrichtung.
- Die elektrische Energie für all unsere Märkte wird bereits seit 2008 zu 100% aus nachhaltigen Quellen wie Erdwärme, Wasserkraft, Sonnenenergie, Windenergie oder Biomasse gewonnen.

REPORTING

In den folgenden Abschnitten des Nachhaltigkeitsberichts sind alle Ansätze, Daten und Themen der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ zu finden:

Energie	Klimaschutz
Ressourcenschonung	Abfall





MANAGEMENTANSATZ

Ob in den Märkten, beim Transport oder in der Verwaltung – die REWE Group in Österreich verbraucht im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit Energie. Im Handlungsfeld Energieeffizienz arbeitet die REWE Group in Österreich kontinuierlich daran, ihren Energieverbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche zu reduzieren. Denn ein verringerter Energie-Einsatz und die weitestgehende Nutzung alternativer Energiequellen leisten hier einen zentralen Beitrag zum Klimaschutz (siehe **Abschnitt Klimaschutz**) im eigenen Geschäftsbetrieb.

GRI 302

Mit dem Energiemanagementsystem verfügt die REWE Group in Österreich über ein effektives Steuerungsinstrument, um die Energieeffizienz kurz- und langfristig zu verbessern. Im April 2016 erhielt die REWE International AG für Österreich die ISO 50001-Zertifizierung für rund 2.100 Märkte (BILLA, MERKUR, PENNY Österreich, BIPA) und den gesamten Logistikbereich, seit 2023 ist auch die REWE Austria Fleischwaren GmbH zertifiziert. 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 und Definition von Unterzielen sowie das Monitoring. Nur so lassen sich Zusammenhänge zwischen den gemessenen Energieverbräuchen und umgesetzten Maßnahmen nachvollziehen und überwachen.

Die Energiemanager der REWE Group in Österreich prüfen Ist- und Soll-Verbräuche und geben Empfehlungen zur Optimierung. Das betrifft meist die Beleuchtung sowie Kälte-, Heizungs- und Lüftungsanlagen. Auch beim Wärmeverbrauch optimieren wir laufend. 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 leisten durch ihr Verhalten am Arbeitsplatz einen wichtigen Beitrag zum Erfolg von Maßnahmen. Viele Hinweise für Verbesserungen kommen von ihnen.

ABSOLUTER ENERGIEVERBRAUCH UND ENERGIEMIX

GRI 302-1

Der Energieverbrauch umfasst Strom für die Kühlung und Beleuchtung, sowie den Kraftstoffverbrauch für die Transporte der Produkte vom Lager zum Markt. Der Energieverbrauch der REWE Group in Österreich ist 2023 im Vergleich zum Vorjahr um 2,3 % auf 892,5 GWh gefallen. Der größte Anteil des gesamten Energieverbrauchs entfällt auf den Bezug von Strom, Wärme, Dampf und Kälte, gefolgt von den Kraftstoffen für die Mobilität (Logistik und PKW-Fuhrpark). Die Bedeutung von fossiler Energie nimmt weiter ab, der Anteil an Erneuerbaren Energien steigt auf 68,7%. Bei unserem Ziel, den Anteil der fossilen Wärme bis 2030 um 20% gegenüber 2019 zu reduzieren, stehen wir im Berichtsjahr bei 10,9%.





Energieverbrauch und Energiemix		Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
Fossile Energie						
1	Kraftstoffverbrauch aus Kohle und Kohleprodukten	MWh	–	–	–	–
2	Kraftstoffverbrauch aus Erdöl und Erdölerzeugnissen ¹	MWh	119.184	116.418	110.571	-5,0 %
3	Kraftstoffverbrauch aus Erdgas	MWh	1.200	955	716	-25,0 %
4	Kraftstoffverbrauch aus anderen fossilen Energieträgern	MWh	–	–	–	–
5	Verbrauch von gekauftem oder erworbenem Strom, Wärme, Dampf und Kälte aus fossilen Quellen	MWh	204.249	183.164	168.514	-8,0 %
6	Gesamtverbrauch an fossiler Energie (berechnet als Summe der Zeilen 1 bis 5)	MWh	324.634	324.634	279.801	-6,9 %
	Anteil der fossilen Energieträger am Gesamtenergieverbrauch (Anteil von Zeile 7 an Zeile 12)	%	34,9 %	32,9 %	31,3 %	-1,5 %p
Kernenergie						
7	Gesamtenergieverbrauch aus Atomkraft	MWh	–	–	–	–
	Anteil der Kernenergie am Gesamtenergieverbrauch (Anteil von Zeile 7 an Zeile 12)	%	–	–	–	–
Erneuerbare Energie						
8	Kraftstoffverbrauch aus erneuerbaren Quellen, einschließlich Biomasse ²	MWh	2.450	2.137	6.945	224,9 %
9	Verbrauch von gekauftem oder erworbenem Strom, Wärme, Dampf und Kälte aus erneuerbaren Quellen	MWh	597.117	603.112	593.996	-1,5 %
10	Verbrauch von selbsterzeugter erneuerbarer Energie, die nicht aus Kraftstoffen stammt	MWh	5.501	8.079	11.891	47,2 %
11	Gesamtverbrauch an erneuerbarer Energie (berechnet als Summe der Zeilen 8 bis 10)	MWh	605.069	613.328	612.831	-0,1 %
	Anteil der erneuerbaren Quellen am Gesamtenergieverbrauch (Anteil von Zeile 11 an Zeile 12)	%	65,1 %	67,1 %	68,7 %	1,5 %p
Gesamtenergieverbrauch						
12	Gesamtenergieverbrauch (berechnet als Summe der Zeilen 6, 7 und 11)	MWh	929.703	913.865	892.544	-2,3 %

Tabelle 5: Energieverbrauch und Energiemix der REWE Group in Österreich Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der ADEG-Kaufleute

1) exkl. Fremdlogistik

2) umfasst auch Industrie- und Siedlungsabfälle biologischen Ursprungs, Biogas, erneuerbaren Wasserstoff usw.; im Jahr 2023 ergänzt um Biowärme



ENERGIEINTENSITÄT

GRI 302-3

Der Energieverbrauch dient als Kennzahl dazu, das absolute Ausmaß der im Zusammenhang mit der Geschäftstätigkeit entstehenden Effekte (insb. auf das Klima) darzustellen. Die Energie-Intensität ist hingegen entscheidend für eine Information über echte Effizienzgewinne; mehr Wert zu schaffen, mit weniger Energieeinsatz. Die Energie-Intensität verringert sich stärker als der Gesamtenergieverbrauch, für die Erzielung eines Umsatzes von einer Milliarde Euro benötigt die REWE Group in Österreich im Jahr 2023 10,9% weniger Energie als im Vorjahr. Die Verbesserung fußt dabei zum Teil auf den absoluten Effizienzgewinnen bei fossiler Energie, die einen wesentlichen Schritt in Richtung Dekarbonisierung darstellen. Zum anderen beeinflusst die im Berichtsjahr im Wesentlichen inflationsbedingten Steigerung des Bruttoumsatzes das Ausmaß des Anstiegs. Der Stromverbrauch je Quadratmeter Verkaufsfläche (in kWh/m²) fällt im Berichtsjahr um 10,3% geringer aus als im Referenzjahr 2019 (Ziel bis 2030: Senkung um 10% bereits erfüllt).

MASSNAHMEN ZUR ENERGIEEFFIZIENZ

GRI 302-4

Die REWE Group in Österreich hat umfangreiche 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 Schritt für Schritt mit Türen ausgestattet. Die Anlagentechnik wird laufend modernisiert.

Energie-Intensität		Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
1	Gesamtenergieverbrauch	MWh	929.703	913.865	892.544	-2,3%
2	Brutto-Umsatz gesamt ^{1,2}	in Mrd. EUR	9,05	9,53	10,45	+9,6%
3	Energie-Intensität	MWh / Mrd. EUR	102.730	95.893	85.411	-10,9%

Tabelle 6: Energie-Intensität der REWE Group in Österreich. Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der ADEG-Kaufleute.

1) Umfasst gesamte Geschäftstätigkeit der REWE International AG am österreichischen Markt

2) Die Inflationsrate für das Jahr 2023 lag laut Statistik Austria bei 7,8%. Der Bruttoumsatz liegt nicht inflationsbereinigt vor. Die durchschnittliche jährliche Inflationsrate spiegelt nicht den individuellen kalkulatorischen Effekt auf den Bruttoumsatz wider. Sie dient jedoch im Sinne höchstmöglicher Transparenz als Anhaltspunkt für die Interpretation der Daten.

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 wesentliche Verbrauchsquelle von Strom. Um diesen Verbrauch zu reduzieren, arbeitet das Energiemanagement an effizienten Beleuchtungskonzepten, die den Lichtanforderungen der Vertriebslinien gerecht werden. Die Vertriebslinien der REWE Group in Österreich haben bereits 2013 und 2014 mit der systematischen Umstellung auf LED-Beleuchtung in ihren Märkten begonnen. Bei der Neu- und Austauschbeschaffung wurden vorzugsweise LED erworben. Dafür mussten abgestimmte Lichtkonzepte und neue technische Lösungen entwickelt werden. In den vergangenen Jahren haben sich die LED-Beleuchtungssysteme bezüglich Lichtfarbe und Lebensdauer deutlich weiterentwickelt. Dem flächendeckenden Einsatz steht nichts mehr im Wege. Die REWE Group in Österreich setzt heute bei allen Neu- und Umbauten neue LED-Lichtkonzepte in Märkten und an den Logistikstandorten ein. Der Einsatz von LED-Beleuchtung hat in den vergangenen Jahren viel dazu beigetragen, den Stromverbrauch der REWE Group in Österreich 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. Ein weiterer wichtiger Faktor ist die kontinuierliche Wartung und fachgerechte Steuerung der Kühlanlagen. Nur wenn die Kälteanlagen optimal betrieben werden, sind sie energieeffizient. Da das Frische- und Convenience-Angebot in den Märkten zunimmt und der Kühlbedarf damit steigt, werden energieeffiziente Kühlregale bedeutsamer.

Für den Erfahrungsaustausch lädt die REWE Group in Österreich alle zwei Jahre Vertreter von Kältefirmen und Systemlieferanten zur Kältepartner:innentagung ein. Dabei diskutieren die Teilnehmer:innen über Themen wie Energieoptimierung oder die Betriebs- und Temperatursicherheit. Als Anreiz für mehr Umweltschutz wird im Rahmen der Veranstaltung ein Energieeffizienzpreis vergeben. Ausgezeichnet werden jene Kältefirmen, die am ressourcenschonendsten arbeiten.



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, die Belastungen für Klima und Umwelt halten wir so gering wie möglich. Dies ist auch in der **Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften** der REWE Group verankert. Wo immer möglich sparen wir Energie ein und vermeiden klimaschädigende Emissionen. Herausforderungen für die Zukunft liegen für die REWE Group in Österreich insbesondere in den steigenden Anforderungen im Bereich Frische und Convenience – sie führen potenziell zu mehr Transporten und mehr Kühlung.

In unserer Klimabilanz dokumentieren wir die Fortschritte bei der Erreichung des Klimaziels. Mit dem Beitritt (Status: Committed) zur Science Based Target Initiative (SBTi) bekennen wir uns als REWE Group und damit auch in Österreich zu wissenschaftsbasierten Klimazielen auf Basis des 1,5-Grad-Pfads des Pariser Klimaabkommens. Bis 2050 wollen wir mit allen Konzerneinheiten Netto-Null-Emissionen erreichen. Im Zuge des Klima aktiv Pakts werden wir in Österreich die Treibhausgasemissionen um mind. 60% gegenüber 2005 reduzieren. Der Fokus liegt zukünftig nicht nur auf der drastischen Reduktion von Emissionen in unseren eigenen Aktivitäten, sondern vor allem auch in unseren Lieferketten.

KLIMABILANZ

GRI 305

Die absoluten Treibhausgasemissionen für Österreich sanken von 175.910 Tonnen im Referenzjahr 2021 auf 169.525 Tonnen im Jahr 2023. Damit setzt sich die Verringerung der Klimaauswirkungen der REWE Group in Österreich kontinuierlich fort; Haupttreiber der Entwicklung sind Erfolge im Bereich der Energieeffizienz und beim Einkauf erneuerbar erzeugter Energie, welche die Scope 2 THG-Emissionen weiter reduzieren. Relevante Zuwächse verzeichnet die REWE Group in Österreich im Berichtsjahr bei ihren (bisher bilanzierten) Scope 3 THG-Emissionen im Bereich der Franchises (ADEG- sowie BILLA-Kaufleute).

Wir arbeiten kontinuierlich an der Verbesserung unserer Datenlage; die dargestellten Scope-3-Emissionen beschränken sich auf bisher verfügbare Zeitreihen.

Der sprunghafte Anstieg ist der Datenerfassung geschuldet, welche auf Basis einer Hochrechnung im 3-Jahres-Rhythmus erfolgt. In Folge der Auswirkungen der Pandemie war auch innerhalb der REWE Group in Österreich der Geschäftsreiseverkehr reduziert, welcher auch im Berichtsjahr 2023 wie schon im Vorjahr weiter zunimmt.





THG-Bruttoemissionen der Kategorien Scope 1, 2 und 3		Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
Scope 1 – THG-Emissionen						
1	THG-Bruttoemissionen Scope 1	tCO ₂ -Äqu.	73.560	73.649	72.378	-1,7%
davon						
1.1	Stationäre Verbrennung ¹	tCO ₂ -Äqu.	–	–	25	–
1.2	Mobile Verbrennung	tCO ₂ -Äqu.	31.760	31.325	29.931	-4,4%
1.3	Prozessemissionen	tCO ₂ -Äqu.	–	–	–	–
1.4	Diffuse Emissionen ²	tCO ₂ -Äqu.	41.800	42.324	42.422	0,2%
Scope 2 – THG-Emissionen						
2.1	THG-Bruttoemissionen Scope 2 – standortbezogen ³	tCO ₂ -Äqu.	111.901	117.769	112.095	-4,8%
2.2	THG-Bruttoemissionen Scope 2 – marktbezogen ⁴	tCO ₂ -Äqu.	67.672	60.627	58.039	-4,3%
Scope 3 – THG-Emissionen						
3	THG-Bruttoemissionen Scope 3 – (relevanter Kategorien) ⁵	tCO ₂ -Äqu.	34.677	35.789	39.108	9,3%
davon						
3.4	Vorgelagerter Transport ⁶	tCO ₂ -Äqu.	27.563	28.405	29.010	2,1%
3.6	Geschäftsreisen ⁷	tCO ₂ -Äqu.	246	492	784	59,4%
3.14	Franchises ⁸	tCO ₂ -Äqu.	6.868	6.893	9.314	35,1%
THG-Emissionen GESAMT						
4.1	THG-Bruttoemissionen GESAMT – standortbezogen	tCO ₂ -Äqu.	220.139	227.206	223.581	-1,6%
4.2	THG-Bruttoemissionen GESAMT – marktbezogen	tCO ₂ -Äqu.	175.910	170.065	169.525	-0,3%

Tabelle 7: THG-Bruttoemissionen der REWE Group in Österreich



THG-Intensität		Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
1.1	THG-Bruttoemissionen GESAMT – standortbezogen ¹	tCO ₂ -Äqu.	220.139	227.206	223.581	-1,6%
1.2	THG-Bruttoemissionen GESAMT – marktbezogen ²	tCO ₂ -Äqu.	175.910	170.065	169.525	-0,3%
2	Brutto-Umsatz gesamt ^{3,4}	in Mrd. EUR	9,05	9,53	10,45	+9,6%
3.1	THG-Intensität – standortbezogen	tCO₂-Äqu./Mrd. EUR	24.325	23.841	21.395	-10,3%
3.2	THG-Intensität – marktbezogen	tCO₂-Äqu./Mrd. EUR	19.438	17.845	16.222	-9,1%

Tabelle 8: THG-Intensität der REWE Group in Österreich

1) THG-Intensität der Energie in Bezug auf nationale Durchschnittswerte

2) THG-Intensität der Energie in Bezug auf tatsächlich eingekaufte Energie (beschränkt auf Strom, für zugekaufte Fernwärme kommt der standortbezogene Wert erneut zur Anwendung)

3) Umfasst gesamte Geschäftstätigkeit der REWE International AG am österreichischen Markt

4) Die Inflationsrate für das Jahr 2023 lag laut Statistik Austria bei 7,8%. Der Bruttoumsatz liegt nicht inflationsbereinigt vor. Die durchschnittliche jährliche Inflationsrate spiegelt nicht den individuellen kalkulatorischen Effekt auf den Bruttoumsatz wider. Sie dient jedoch im Sinne höchstmöglicher Transparenz als Anhaltspunkt für die Interpretation der Daten.

Tabelle 7:

1) Notstromaggregate

2) Kältemittel Leckage

3) THG-Intensität der Energie in Bezug auf nationale Durchschnittswerte

4) THG-Intensität der Energie in Bezug auf tatsächlich eingekaufte Energie (beschränkt auf Strom, für zugekaufte Fernwärme kommt der standortbezogene Wert erneut zur Anwendung)

5) Wir arbeiten kontinuierlich an der Verbesserung unserer Datenlage; die dargestellten Scope-3-Emissionen beschränken sich auf bisher verfügbare Zeitreihen

6) Fremdfuhrpark Logistik

7) teilweise umfasst - Flugreisen gänzlich, keine Zugreisen und geleaste Autos

8) Hochrechnung ADEG-Kaufleute basierend auf Umfragen im 3-Jahres-Rhythmus; BILLA Kaufleute Daten anhand von Rechnungen

KLIMAINTENSITÄT

GRI 305-4

In Bezug zur erzielten Wirtschaftsleistung verbessert die REWE Group in Österreich ihre Klimateffizienz auch 2023. Die Höhe der je Mrd. EUR verursachten THG-Emissionen sinkt um 9,1% auf 16.222 Tonnen CO₂-Äquivalente. Die Verbesserung fußt dabei zum Teil auf den absoluten Einsparungen der Treibhausgasemissionen, die einen wesentlichen Schritt in Richtung grüne Transformation und grünes Wachstum darstellen. Zum anderen beeinflusst die im Berichtsjahr im Wesentlichen inflationsbedingte Steigerung des Bruttoumsatzes das Ausmaß des Anstiegs.

KÄLTEMITTELBEDINGTE TREIBHAUSGASEMISSIONEN REDUZIEREN

GRI 305-5

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.



EINSATZ ALTERNATIVER ENERGIEN FÖRDERN

Bereits Anfang 2008 erfolgte die Umstellung des Stromeinkaufs für Märkte, Lager und Zentralbauten auf Grünstrom mit Herkunftsnachweisen. Dieser wird über die EHA bezogen, eine 100-prozentige Tochter der REWE Group. Die REWE Group in Österreich setzt auf regenerativ erzeugten Strom.

Photovoltaik-Anlagen kommen bei Verwaltungsstandorten, Lagern und bei geeigneten Standorten auch auf Märkten zum Einsatz. Ende 2023 betrieb die REWE Group in Österreich an insgesamt 294 Standorten Photovoltaikanlagen mit einer potenziellen Anlagenleistung von 27.445 kWp.

Anteile erneuerbarer Energiequellen im bezogenen Grünstrom

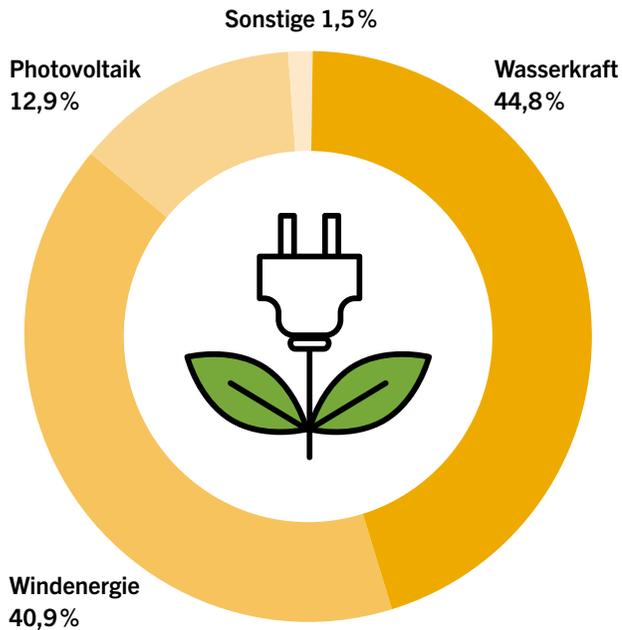


Abbildung 4: Genutzter Grünstrom nach Erneuerbarer Energiequelle

Eigene PV-Anlagenleistung

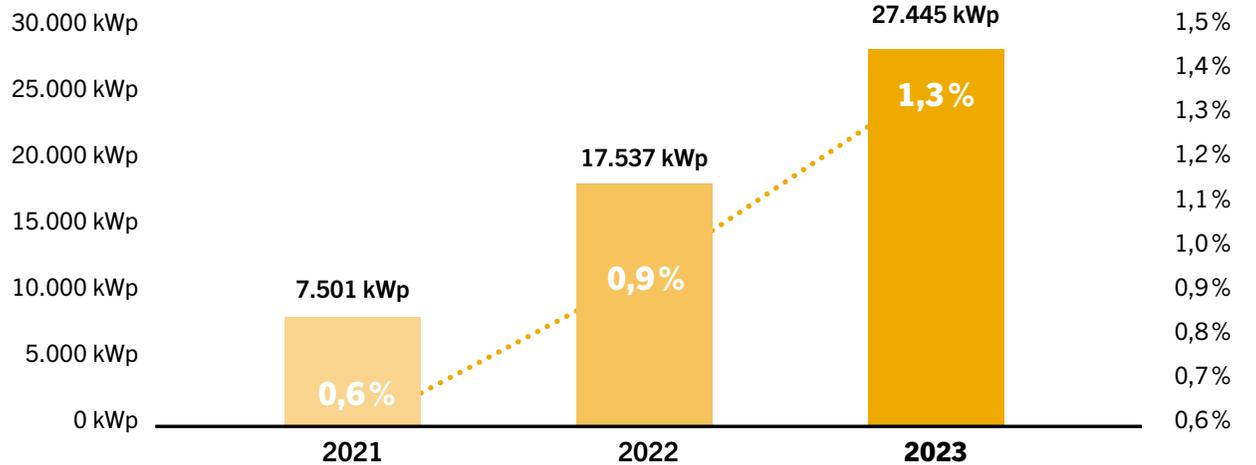


Abbildung 5: Unternehmenseigene PV-Anlagenleistung



MOBILITÄT

Wir müssen Energieverbrauch und Klimawirkung auch senken, indem wir Logistik, Mitarbeiter:innen- und Kund:innenmobilität in unserer Mobilitätsstrategie adressieren.

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. Es gewährleistet Verfügbarkeit, Qualität und Frische der Produkte. Die transportbedingten Emissionen haben an den gesamten Treibhausgasemissionen der REWE Group in Österreich einen Anteil von 35,2 Prozent. Um diese zu verringern, setzen wir an folgenden Hebeln an: kürzere Entfernungen zwischen Lager und Marktstandorten, hohe Auslastung der Fahrzeuge, Reduzierung der Emissionen pro

Kilometer durch differenzierte Logistikkonzepte, effiziente Technik und angepasstes Fahrverhalten.

Der Eigenfuhrpark umfasst über 432 Lkw. 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 2023 über 95,8 Prozent (bezogen auf die Gesamtanzahl der eigenen Lkw). Immer wieder prüfen wir alternative Antriebstechnologien auf Einsatzfähigkeit, Praktikabilität und Wirtschaftlichkeit.

Eine konsequente Routenplanung und Auslastung der Lkw ist Grundvoraussetzung für Treibstoffoptimierungen. Für die sparsame Nutzung ihrer Fahrzeuge führt die REWE Group in Österreich Schulungen durch. Viele Maßnahmen ergeben sich aus dem flächendeckenden Monitoring des Kraftstoffverbrauchs.

INDIVIDUALVERKEHR

Bis Ende 2023 wurden bereits 448 (+ 202) Dienstwagen mit Elektroantrieb im Unternehmen zugelassen. Für sie sowie Gäste stehen rund 100 reservierte Parkplätze mit Ladepunkten in der Zentrale in Wiener Neudorf und in den Lagern zur Verfügung.

Kund:innen der Handelsfirmen BILLA und PENNY können österreichweit bei 106 (+34) Standorte E-Tankstellen mit 325 (+113) Ladepunkten nutzen. Sie werden in Kooperation mit SMATRICS und SHELL betrieben. Bei den 58 (+17) Schnellladestationen können E-Fahrer:innen schon während eines 20-minütigen Einkaufs ihr Fahrzeug aufladen. 2023 konnten so E-Fahrzeuge mit 4.176.695 kWh Grünstrom nachhaltig angetrieben werden.

E-Mobilität	Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
Interner Fuhrpark					
Kumulativ zugelassene Dienstwagen mit E-Antrieb	Anzahl	189	246	448	82%
Parkplätze mit Ladepunkt in Wiener Neudorf (Firmenzentrale)	Anzahl	100	100	100	–
Kund:innenmobilität					
Filialen mit E-Ladestelle	Anzahl	62	72	106	47%
Ladepunkte	Anzahl	172	212	325	53%
davon					
Schnellladestationen	Anzahl	29	41	58	41%
Summe geladener Grünstrom bei Kund:innen	kWh	818.000	2.059.622	4.176.695	103%

: Kennzahlen zur E-Mobilität



ÖKOLOGISCHE BEGRÜNUNGEN

1. Alle Neu- und Umbauten werden ökologisch begrünt.
2. Bis Ende 2024 werden 40 Filialbegrünungen nach Greenpass (mind. Silber) angestrebt.

Grüne Märkte schaffen ein Mikroklima, das der Klimaerwärmung entgegenwirkt und sich positiv auf das Wohlbefinden von Kund:innen, Mitarbeiter:innen, Umwelt und Biodiversität auswirkt. Darüber hinaus helfen Begrünungen Luftverschmutzung, Lärm- und Staubbelastung sowie CO₂-Emissionen zu reduzieren, extreme Wetterereignisse besser zu bewältigen und Energie und Kosten für die Klimatisierung von Gebäuden einzusparen. Je nach Eignung des Standortes bestehen Begrünungen aus Schattenbäumen, Hecken, Dach- und Fassadenbegrünungen, naturnahe Blühwiesen und entsiegelten Parkplätzen. Das Bekenntnis zu ökologisch begrünten Einkaufsmärkten ist ein sichtbares Zeichen zu BILLAs Engagement für Natur- und Klimaschutz.





MANAGEMENTANSATZ

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 Ressourcenverbräuche in ihren eigenen Geschäftsprozessen durch produkt- oder rohstoffbezogene Maßnahmen sowie in vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette. Bei vielen internen Geschäftsprozessen sind wir bestrebt die Schonung von Ressourcen durch das Schließen von Materialkreisläufen zu erreichen. Schwerpunkte liegen im Einsatz von umweltfreundlicherem Papier, der Optimierung eingesetzter Verpackungsmaterialien sowie dem Wassermanagement.

PAPIERVERBRAUCH

GRI 301-1

Für ein Handels- und Touristikunternehmen ist Papier eine wesentliche Ressource, die vorwiegend in der Produktwerbung eine große Rolle spielt. Der überwiegende Anteil des Papierverbrauchs entfällt auf die Produktion von Flugblättern. Der gesamte Papierverbrauch der REWE Group in Österreich beträgt im Jahr 2023 15.176 Tonnen. Aufgrund einer geringfügig geänderten Berechnungsbasis wir auf einen Vergleich mit dem Vorjahr verzichtet.

GRI 301-2

Seit 2009 verwenden wir auf breiter Front umweltfreundlichere Papiere und setzen wo möglich auf Umweltzeichen. Dazu gehören Recyclingpapier sowie Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft, das vom Forest Stewardship Council (FSC) oder dem Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC) zertifiziert wurde. Der Anteil von Recyclingpapier lag 2023 bei 85 Prozent. Bei den restlichen 15 Prozent wird fast ausschließlich zertifiziertes Frischfaserpapier aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet.

EINSATZ AROMATENARMER DRUCKFARBEN VERBESSERT DAS RECYCLINGPAPIER

Bei Druckerzeugnissen setzen wir auf umweltfreundliche Farben. Die REWE Group in Österreich erfüllt die Anforderungen des Umweltzeichens EU-Ecolabel, das schadstoffarme Farben und Lacke voraussetzt. Die Druckfarbe ist mineralölfrei vorzusehen sofern verfügbar. Seit 2016 wird, wo nicht mineralölfrei umsetzbar, in unseren Flugblättern nur noch aromatenarme Druckfarbe verwendet. Damit reduzieren wir den Einsatz von Lösungsmitteln. Sind Papiere mit konventionellen mineralöhlhaltigen Farben bedruckt, so darf daraus gewonnenes Recyclingpapier nicht für die Verpackung von Lebensmitteln verwendet werden.; gesundheitsgefährdende Stoffe könnten auf Lebensmittel übergehen. Die REWE Group forciert, aromatenfreie Farbe zum Standard in der Druckindustrie zu machen als wichtiger Schritt zur Verwendung von Recyclingpapier für Lebensmittelverpackungen.

Absoluter und spezifischer Papierverbrauch		Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr ³
1	Papierverbrauch gesamt	Tonnen	22.673	16.957	15.176 ³	–
2	Brutto-Umsatz gesamt ^{1,2}	in Mrd. EUR	9,05	9,53	10,45	–
3	Spezifischer Papierverbrauch	Tonnen/Mrd. EUR	2.505	1.779	1.452	–

Tabelle 10: Absoluter und spezifischer Papierverbrauch der REWE Group in Österreich

1) Umfasst gesamte Geschäftstätigkeit der REWE International AG am österreichischen Markt

2) Die Inflationsrate für das Jahr 2023 lag laut Statistik Austria bei 7,8%. Der Bruttoumsatz liegt nicht inflationsbereinigt vor. Die durchschnittliche jährliche Inflationsrate spiegelt nicht den individuellen kalkulatorischen Effekt auf den Bruttoumsatz wider. Sie dient jedoch im Sinne höchstmöglicher Transparenz als Anhaltspunkt für die Interpretation der Daten.

3) Zeitreihenbruch, aufgrund einer geringfügig geänderten Berechnungsbasis wir auf einen Vergleich mit dem Vorjahr verzichtet



VERPACKUNGEN

GRI 301

Verpackungen schützen Nahrungsmittel vor Verderb, ermöglichen effizienten Transport und bieten Platz für wichtige Informationen. Bei der Verpackungsherstellung werden jedoch auch natürliche Ressourcen eingesetzt, Energie verbraucht und Emissionen ausgestoßen. Werden insbesondere Kunststoffe nicht recycelt oder fachgerecht entsorgt, können sie die Natur für Jahrzehnte gefährden. Dafür optimiert die REWE Group in Österreich relevante Ressourcenverbräuche in ihren Geschäftsprozessen und setzt produkt- oder rohstoffbezogene Maßnahmen um (vgl. **Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften**). Die Reduktion von Verpackungen bzw. der Einsatz umweltfreundlicherer Verpackungsmaterialien haben dabei hohe Priorität.

MASSNAHMEN FÜR UMWELTFREUNDLICHERE VERPACKUNGEN

Nicht überall wird man Kunststoff im Zielkonflikt mit Haltbarkeit und Hygiene ersetzen können. Trotzdem sagt die REWE Group in Österreich ganz bewusst „Raus aus Plastik!“. Seit 2021 konnte das gesamte Obst und Gemüse-Sortiment der Eigenmarken „Ja! Natürlich“ und „Echt B!O“ unverpackt und lose oder umweltfreundlicher verpackt angeboten werden, zudem wurden bei BILLA PLUS, BILLA, ADEG und PENNY umweltfreundliche Mehrwegnetze als Alternative zum nachhaltigen Transport von Obst und Gemüse eingeführt. Die wiederverwendbaren Netze sind frei von chemischen Stoffen, waschbar und umweltschonend. Seit 2021 verzichtet „Ja! Natürlich“ bei zahlreichen Milch- und Molkereiprodukten wie Joghurt auf den Einwegdeckel und spart damit noch mehr Kunststoff ein. 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.

Die „Ja! Natürlich“ Bio-Karotten 500 g wurden bereits 2018 nachhaltiger verpackt: Sie stecken in einem Beutel aus nachwachsenden Rohstoffen. Die Verpackungsfolie besteht zu 40 Prozent aus Distel- und Sonnenblumenöl und ist biologisch abbaubar. Großartiger Nebeneffekt: Die Karotten bleiben länger frisch! Die Disteln kommen von 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.



Bei BIPA enthalten alle Verpackungen der umweltfreundlichen Eigenmarke „bi good“ den höchstmöglichen Recyclinganteil und setzen einen hohen Maßstab im Bereich Umweltschutz und Ressourcenschonung. Die Tuben sind zu 60 % aus Recyclingmaterial, Faltschachteln zu über 90% und Flaschen zu 100%. Neben Nachfüllprodukten oder Produkten in Pulverform bietet bi good ein breites Sortiment an festen Pflegeprodukten. Feste Produkte sind kompakt und besonders ergiebig und helfen wertvolle Ressourcen wie Wasser und Plastik zu sparen. Weiters bieten diese Produkte Vorteile in der Logistik und im Transport.

Mit Nachfüllbeuteln für Duschbad, Spülmittel und Seife können Kund:innen bis zu 75 Prozent Verpackungsmaterial einsparen. Neben einer Auswahl an Nachfüllbeuteln, können Glas- und Badreiniger mit den innovativen Nachfüllkapseln wieder befüllt werden – das hilft beim Sparen von Einwegverpackungen.

Um auch die Menge an Abfällen von Transportverpackungen zu reduzieren, setzt die Logistik der REWE Group in Österreich Mehrwegbehälter ein. In den vergangenen Jahren konnte der Anteil wiederverwendbarer Poolkisten weiter gesteigert werden.



Absoluter und spezifischer Wasserverbrauch		Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
1	Wasserverbrauch gesamt	m ³	651.636	748.222	704.997	-5,8%
2	Brutto-Umsatz gesamt ^{1,2}	in Mrd. EUR	9,05	9,53	10,45	+9,6%
3	Spezifischer Wasserverbrauch	m ³ /Mrd. EUR	72.004	78.512	67.464	-14,1%

Tabelle 11: Absoluter und spezifischer Wasserverbrauch der REWE Group in Österreich. Umfasst gesamte Geschäftstätigkeit der REWE International AG am österreichischen Markt.

1) Die Inflationsrate für das Jahr 2023 lag laut Statistik Austria bei 7,8%. Der Bruttoumsatz liegt nicht inflationsbereinigt vor. Die durchschnittliche jährliche Inflationsrate spiegelt nicht den individuellen kalkulatorischen Effekt auf den Bruttoumsatz wider. Sie dient jedoch im Sinne höchstmöglicher Transparenz als Anhaltspunkt für die Interpretation der Daten.

WASSER

GRI 303

Die REWE Group in Österreich setzt auf nachhaltige und schonende Nutzung von Wasser und ist bestrebt, ihren Wasserverbrauch durch Effizienzgewinne bestmöglich zu reduzieren. Im Rahmen des eigenen Geschäftsbetriebs nutzen wir Wasser in den Märkten, an den Produktions- und Lagerstätten sowie den Verwaltungsstandorten. Hier senken Wasserspareinrichtungen den 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 Verantwortung in der Lieferkette.

GRI 303-1

Die Wasserversorgung erfolgt – abgesehen von der Regenwassernutzung einiger „Green Buildings“ – nahezu komplett durch die öffentliche Infrastruktur.





Abfallaufkommen, Teil 1		Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
1	Summe nicht gefährliche Abfälle	Tonnen	106.026	105.410	103.904	-1,4%
1.1	Verpackungsmaterialien	Tonnen	60.142	60.237	59.443	-1,3%
1.1.1	Papier, Pappe, Karton ¹	Tonnen	55.201	55.191	54.722	-0,9%
1.1.1.1	Altpapier, Papier und Pappe, unbeschichtet	Tonnen	–	–	109	–
1.1.1.2	Gemische von Verpackungsmaterialien	Tonnen	55.201	55.191	54.613	-1,0%
1.1.2	Kunststoffe ¹	Tonnen	4.247	4.322	3.922	-9,3%
1.1.2.1	Kunststofffolien	Tonnen	4.247	4.322	3.880	-10,2%
1.1.2.2	Leichtfraktion aus der Verpackungssammlung	Tonnen	–	–	43	–
1.1.3	Metalle ¹	Tonnen	572	552	631	14,3%
1.1.3.1	Eisenmetalleballagen und -behältnisse	Tonnen	572	552	70	–
1.1.3.2	NE-Metallschrott, NE-Metalleballagen	Tonnen	572	552	561	1,7%
1.1.4	Glas	Tonnen	122	172	168	-2,3%
1.2	Biologische Materialien	Tonnen	19.350	18.481	19.280	4,3%
1.2.1	Fleisch- & Fettabscheiderabfälle	Tonnen	10.105	7.081	9.628	36,0%
1.2.2	Bio-Abfall	Tonnen	8.594	10.655	9.071	-14,9%
1.2.3	Holz	Tonnen	651	746	581	-22,1%
1.3	Feste Siedlungs- inkl. ähnlicher Gewerbeabfälle	Tonnen	26.533	26.691	25.180	-5,7%
1.4	Sonstige	Tonnen	1,5	1,5	1,4	-9,3%

Tabelle 12: Abfallbilanz



Abfallaufkommen, Teil 2		Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
2	Summe gefährliche Abfälle	Tonnen	245,0	259,7	271,0	4,3 %
2.1	Kühl- und Klimageräte mit anderen Kältemitteln	Tonnen	10,0	7,5	8,0	6,5 %
2.2	Bildschirm- inkl. Bildröhrengeräte ¹	Tonnen	–	-	0,1	-
2.3	Lithiumbatterien ¹	Tonnen	–	-	0,2	-
2.4	Batterien, unsortiert	Tonnen	227,0	245,5	259,5	5,7 %
2.5	Gasentladungslampen	Tonnen	8,0	6,7	3,3	-50,6 %
4.1	Summe Abfälle Gesamt	Tonnen	106.271	105.670	104.175	-1,4 %
4.2	Abfallintensität (nach Bruttoumsatz)	Tonnen / Mrd. EUR	11.743	11.088	9.969	-10,1 %

Tabelle 12: Abfallbilanz

1) in den Vorjahren zusammengefasst oder nicht vorhanden

2) Die Inflationsrate für das Jahr 2023 lag laut Statistik Austria bei 7,8%. Der Bruttoumsatz liegt nicht inflationsbereinigt vor. Die durchschnittliche jährliche Inflationsrate spiegelt nicht den individuellen kalkulatorischen Effekt auf den Bruttoumsatz wider. Sie dient jedoch im Sinne höchstmöglicher Transparenz als Anhaltspunkt für die Interpretation der Daten.

MANAGEMENTANSATZ

GRI 306

Beim Umgang mit Abfällen und Wertstoffen setzt die REWE Group in Österreich gemeinsam mit ihren Entsorgungspartnern konsequent auf Recycling. Insbesondere Wertstoffe, die in der Logistik anfallen, werden sortenrein erfasst. So können sie optimal der werkstofflichen Verwertung zugeführt werden. Das zeigt sich hauptsächlich bei nicht gefährlichen Abfällen. Sie werden zu einem besonders hohen Anteil werkstofflich verwertet. Seit 2008 liegt diese Quote konstant bei über 90 Prozent.

GRI 306-2

2023 betrug die Menge nicht gefährlicher Abfälle innerhalb der REWE Group in Österreich 103.904 Tonnen (Vorjahr: 105.410 Tonnen). Gefährliche Abfälle machten 2023 271,0 Tonnen aus (Vorjahr: 259,1 Tonnen).

Verpackungsmaterialien machen den größten Anteil an nicht gefährlichen Abfällen aus. Fast vollständig werkstofflich verwertet werden Papier, Pappe und Kartonagen (PPK), welche die größte Fraktion darstellt. PPK ist ein wichtiger Rohstoff für die Papierindustrie, aus den recycelten Fasern werden erneut Papier und Pappe hergestellt. Aber auch

bei Kunststoffen, Metallen und Glas wird der größte Teil stofflich verwertet. Durch die kontinuierliche Verbesserung im Bereich der Fraktionstrennung kann auch eine größere Menge an biologischen Materialien rückgewonnen werden. Die Fraktion des Bio-Abfalls aus den Lebensmittelmärkten kommt in Kompostier- oder Biogasanlagen.



VERMEIDUNG VON LEBENS- MITTELVERSCHWENDUNG

Bei Lebensmitteln ist die REWE Group in Österreich bestrebt, das Gesamtaufkommen an nicht verkauften Lebensmittelabfällen auf ein Minimum zu reduzieren. Hierzu kombinieren wir moderne Prognosesysteme und automatisierte Bestellverfahren mit kurzen Transportwegen und lückenloser Kühlung. Die Märkte werden bedarfsgerecht versorgt, der Anteil nicht verkaufter Ware ist gering. Im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung setzt die REWE Group in Österreich entlang der Wertschöpfungskette zudem viele weitere Maßnahmen: von Bewusstseinsbildung, Optimierung von Bestellprozessen, Weiterverarbeitung im Markt, eigenen Produktlinien sowie Kooperationen mit karitativen Einrichtungen und innovativen Start-Ups wie Too Good to Go. Seit September 2023 arbeitet auch BIPA mit Too Good to Go zusammen. Die Erfahrung der Mitarbeiter:innen spielt dabei eine wichtige Rolle. Daher führen wir regelmäßig Schulungen durch. Bei Lebensmittelspenden kooperiert die REWE Group in Österreich seit Jahren mit karitativen Organisationen. Darüber hinaus arbeitet die REWE Group in Österreich mit Landwirt:innen, Tierheimen sowie Foodsharern zusammen.

Wo immer sich ein geeigneter Partner findet, spenden alle Handelsfirmen Lebensmittel und Güter des täglichen Bedarfs. Nahezu alle Standorte von BILLA, BILLA PLUS, PENNY, BIPA und ADEG sind solche Partnerschaften eingegangen. BILLA spendete 2023 Lebensmittel im Wert von 47 Mio. EUR (Vorjahr 27 Mio. EUR) an soziale Einrichtungen. Die REWE Group in Österreich ist Mitbegründerin der Aktionsplattform Lebensmittelhandel im Verband der österreichischen Tafeln – dem Zusammenschluss diverser karitativer Organisationen. Die Verteilung der Lebensmittel stellt hohe Anforderungen an soziale Organisationen: Sie benötigen (ehrenamtliche) Teams, die die Waren abholen und in die Einrichtungen bringen. Daher beschränkt sich

unsere Unterstützung nicht nur auf Lebensmittelspenden, wir haben auch Prozesse angepasst. Wir bündeln unter anderem Warenspenden für die Tafel Österreich im Zentrallager. Dadurch muss die Tafel Österreich nur einen Ort anfahren. Das ist aber nur bei ausgewählten Produkten möglich. Im Verband der österreichischen Tafeln schaffen wir Synergien in der Logistik und Abholqualität. Das kommt allen Beteiligten zugute.

Um Bewusstsein und Wertschätzung für die Qualität von Lebensmitteln zu schärfen und einen weiteren Schritt gegen die Wegwerfkultur zu setzen, gibt es bei BILLA, BILLA Plus, PENNY, ADEG und Sutterlüty in Österreich die Eigenmarke Wunderlinge. Unter der Marke wird bereits seit 2013 Obst und Gemüse angeboten, das trotz eigenwilligem Aussehen einwandfrei im Geschmack ist. Mehrere Tausend Tonnen Wunderlinge konnten im Jahr **2023** österreichweit vor der Verschwendung gerettet werden.

Des Weiteren bieten wir in allen BILLA und BILLA Plus Filialen unser Obst- und Gemüsesackerl 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.









MITARBEITER:INNEN



Die REWE Group in Österreich steht mit ihren Handelsfirmen BILLA, PENNY, BIPA und ADEG 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 wandelt sich die Arbeitswelt im Prozess der Globalisierung und Digitalisierung. Das Arbeiten wird in Zukunft digitaler, vernetzter und flexibler sein.

Um eine nachhaltige und zukunftsgerichtete Personalpolitik als festen Bestandteil in die Unternehmensprozesse zu integrieren, hat die REWE Group in Österreich „Mitarbeiter:innen“ als eine der zentralen Säulen in ihrer **Nachhaltigkeitsstrategie** verankert. Im Rahmen der Säule 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 mitarbeiter:innenorientierten Arbeitskonzepten, sicheren Arbeitsbedingungen, maßgeschneiderten Weiterbildungsangeboten und der Wertschätzung gegenüber jeder /jedem Einzelnen.

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 von einem vertrauens- und respektvollen Umgang zwischen Mitarbeiter:innen, Kund:innen und Geschäftspartner:innen geprägt ist. 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 faire Chancen bieten.

Mit ihrem Engagement leistet die REWE Group in Österreich auch einen Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs). Folgende SDGs sehen wir für „Mitarbeiter:innen“ als entscheidend:



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 (KPI)

- Anteil der Lehrlinge an der Gesamtbelegschaft (= Ausbildungsquote)
- Interne Besetzung von Führungspositionen
- Frauenanteil in Führungspositionen
- Unfallstatistik

- Behindertenquote nach Köpfen
- Anzahl der Mitarbeiter:innen mit unbefristeten Verträgen
- Anzahl der Mitarbeiter:innen, die in Teilzeit arbeiten

REPORTING

In den folgenden Abschnitten des Nachhaltigkeitsberichts sind alle Ansätze, Daten und Themen der Säule „Mitarbeiter:innen“ zu finden:

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



MANAGEMENTANSATZ

GRI 401

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.

Seit Jahren lassen 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 Arbeits- und Familienleben, u.a. die Unterstützung bei der Ferienbetreuung.

Zertifizierung durch das Audit Beruf und Familie: Die letzte Zertifizierung (REWE International AG, Billa AG, Penny GmbH & ADEG Zentralbereiche konsolidiert, BIPA selbstständig) erfolgte 2022. Ziel ist die Re-Zertifizierung aller Vertriebslinien (erstmalig inkl. BIPA) im Jahr 2025.



zertifiziert seit
2010

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. In vielen Fällen lässt sich der Arbeitstag durch Homeoffice und flexible Arbeitszeitmodelle individuell gestalten. Vor Ferien stellen sich viele berufstätige Eltern die Frage, wer die Kinderbetreuung übernimmt. Die REWE Group in Österreich bietet der Belegschaft seit Jahren Feriencamps für Kinder an. Mit Sport, Spielen und Fremdsprachen werden die Kinder zu vergünstigten Preisen betreut und gefördert. Zudem wurden Camps auch tageweise angeboten – so konnten wir noch flexibler auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen eingehen.

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





Beschäftigtenstatistik		Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
	Mitarbeiter:innen gesamt	Nach Köpfen	45.276	46.637	47.176	1,2 %
davon						
	weiblich	%	72,9	71,9	71,5	-0,40 % p
	männlich	%	27,1	28,1	28,5	-0,40 % p
davon	in Teilzeit gesamt	%	43,8	42,0	41,7	-0,3 % p
nach Geschlecht						
	weiblich	%	55,2	53,4	52,9	-0,50 % p
	männlich	%	13,0	12,8	13,7	0,90 % p
davon	mit unbefristeten Arbeitsverträgen	%	89,2	85,9	87,3	1,4 % p
nach Geschlecht						
	weiblich	%	89,5	87,0	88,3	1,30 % p
	männlich	%	88,4	83,3	84,7	1,40 % p

Tabelle 13: Beschäftigtenstatistik nach Alter und Geschlecht exklusive ADEG- Kaufleute



FLUKTUATION

GRI 401-1

Die Fluktuationsrate der Mitarbeiter:innen ist seit Jahren relativ stabil und lag 2023 bei 33,3 Prozent.

Fluktuation	Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
Eintritte	Nach Köpfen	12.101	14.762	15.166	2,7%
davon					
weiblich	Nach Köpfen	8.252	9.825	10.157	3,4%
männlich	Nach Köpfen	3.849	4.937	5.009	1,5%
bis 30 Jahre	Nach Köpfen	7.080	8.103	8.328	2,8%
bis 50 Jahre	Nach Köpfen	4.271	5.594	5.638	0,8%
über 50 Jahre	Nach Köpfen	750	1.065	1.200	12,7%
Austritte	Nach Köpfen	12.439	14.296	14.476	1,3%
nach Geschlecht					
weiblich	Nach Köpfen	8.803	9.959	9.952	-0,1%
männlich	Nach Köpfen	3.636	4.337	4.524	4,3%
bis 30 Jahre	Nach Köpfen	5.925	6.756	6.814	0,9%
bis 50 Jahre	Nach Köpfen	4.599	5.678	5.655	-0,4%
über 50 Jahre	Nach Köpfen	1.615	1.862	2.007	7,8%
Fluktuationsrate	%	27,9	33,1	33,3	0,2%p
Durchschnittliche Zugehörigkeit	in Jahren	8,1	7,8	7,6	-2,2%

Tabelle 14: Kennzahlen zur Fluktuation exklusive ADEG-Kaufleute



Karenz	Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
Karenz in Anspruch genommen	Nach Köpfen	3.175	3.174	3.090	-2,6%
davon					
weiblich	Nach Köpfen	3.107	3.096	3.018	-2,5%
männlich	Nach Köpfen	68	78	72	-7,7%
12 Mon. nach Karenzrückkehr noch im Unternehmen beschäftigt¹	Nach Köpfen	12.439	14.296	14.476	1,3%
nach Geschlecht					
weiblich	%	92,60	91,60	90,22	-1,38%p
männlich	%	64,30	84,50	93,06	8,56%p

Tabelle 15: Karenz exklusive ADEG-Kaufleute

1) Definition: von denjenigen, die in 2023 aus der Elternzeit zurückgekehrt sind, sind 12 Monate nach der Rückkehr aus der Elternzeit (Stichtag: am 31.12.2023) noch im Unternehmen beschäftigt.

KARENZ

GRI 401-3

Werdende Eltern erhalten vor und während ihrer Karenz Unterstützung, beispielsweise durch Informationsveranstaltungen zum Thema Elternzeit und Wiedereinstieg. Mitarbeiter:innen erhalten neben Informationsmaterial zu Schwangerschaft, Karenz und Rückkehr in den Beruf zur Geburt eine „BILLA oder BIPA Babybox“ mit Informationen und Produkten.

Die REWE Group in Österreich setzt sich für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ein. Wir versuchen die Rückkehr in den Beruf so einfach wie möglich zu gestalten. 2023 nahmen 3.090 Mitarbeiter:innen Karenz in Anspruch: 72 Väter und 3.018 Mütter. 90 Prozent der Mitarbeiterinnen und 93 Prozent der Mitarbeiter, die 2023 aus der Karenz zurückgekehrt sind, waren zum 31. Dezember 2023 noch beim Unternehmen beschäftigt.



MANAGEMENTANSATZ

GRI 402

Die Einbindung der Belegschaft in Entscheidungsprozesse ist wichtig – sie kann die Vertrauensbasis zwischen Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen fördern und eine stärkere Identifikation der Mitarbeiter:innen mit dem Unternehmen bewirken. In der vertrauensvollen Zusammenarbeit mit den Interessenvertretungen der Arbeitnehmer:innen werden gemeinsam gesetzliche, kollektivvertragliche und betriebliche Regelungen umgesetzt. Nahezu alle Mitarbeiter:innen in den Filialen, in der Logistik und in der Verwaltung werden durch Betriebsrät:innen vertreten.

Handlungsgrundlage ist die konzernweite **Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften**. Sie 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.“

GRI 402-1

In einigen Entscheidungen der REWE Group in Österreich sind Vertreter:innen der Belegschaft als gewählte Betriebsrät:innen und Aufsichtsräte eingebunden. Den vorgegebenen Mitbestimmungs- und sonstigen Beteiligungsrechten entsprechend, werden die Arbeitnehmervertreter:innen informiert, Stellungnahmen eingeholt und Einigungen mit ihnen erzielt. Außerdem gibt es auch gemeinsame innerbetriebliche Projekte und Ziele. Themen sind die Verbesserung des Arbeitsalltages, Soziales, Diversity und Sicherheit am Arbeitsplatz. Die REWE Group in Österreich arbeitet konsequent, intensiv und vertrauensvoll mit den Betriebsrät:innen zusammen.





MANAGEMENTANSATZ

GRI 403

Die REWE Group in Österreich legt großen Wert auf die Unfallsicherheit am Arbeitsplatz und die präventive Förderung des Erhalts und der Verbesserung der Gesundheit ihrer Mitarbeiter:innen. Durch die Integration dieser Aspekte in die Unternehmensstrukturen werden die Sicherheit und die Gesundheit der Beschäftigten effektiv gewährleistet. Sie hält sich an die geltenden Gesetze und Standards, analysiert Arbeitsprozesse auf Risiken und ergreift Maßnahmen zur Risikominderung.

BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG

Als Herzstück des Unternehmens, ist die Gesundheit der Mitarbeiter:innen zentrales und schützenswertes Gut. Deshalb unterstützen wir eine ausgewogene Work-Life-Balance und die betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) trägt seit 2008 mit ihren Angeboten dazu bei, die eigene Gesundheit zu erhalten.

Die betriebliche Gesundheitsförderung beugt mit Kursen und Informationen Belastungen und Krankheiten am Arbeitsplatz vor. Sie stärkt Gesundheit, Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter:innen. Darüber hinaus kommen von der betrieblichen Gesundheitsförderung immer wieder Empfehlungen zur Verbesserung der Arbeitsverhältnisse. Typische Themen der betrieblichen Gesundheitsförderung sind Ergonomie am Arbeitsplatz, Ernährung, Psyche, Stressprävention, Sport, Bewegung, Vorsorge und Arbeitszeitflexibilisierung. Wir befragen die Belegschaft, welche Kurse und Themen aktuell gewünscht sind. Auch die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens beeinflusst das Programm.

Neben dem klassischen Angebot wie Massagen und ergonomischen Beratungen wurde 2020 eine Betriebsküchen-Befragung durchgeführt. Auf Basis der Rückmeldungen wurde der Speiseplan überarbeitet. Seit dem Frühjahr 2021 werden mehr vegetarische/vegane und frische Menüs ins Programm aufgenommen. Außerdem wurden auf der Mitarbeiter:innen-App verstärkt die Themen gesunde Ernährung, mentale Gesundheit, Bewegung und Fitness behandelt. Zur Hilfe in Stresssituationen bietet die REWE-Gruppe in Österreich ihren Mitarbeiter:innen ein Kontingent zum anonymen externen Coaching der Kooperationspartnerin „Mavie“ an.

BEGEHUNGEN UND ANALYSEN

Unsere Fachkräfte für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz informieren und beraten die Zentralbereiche und Handelsfirmen laufend über die gesetzlichen Anforderungen. Regelmäßig finden Begehungen der Arbeitsstätten statt. Unfälle werden systematisch analysiert, Arbeitsschutzberichte von Behörden (Bezirksämter, Gewerbeaufsicht, Arbeitsinspektion) werden ausgewertet. Die Vorgaben der zuständigen Arbeitsinspektorate werden intern kommuniziert. Regelmäßig stimmen sich unsere Expert:innen mit Vertrieb, Bauabteilungen und anderen Bereichen ab, etwa in Sitzungen des Arbeitsschutzausschusses. 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 weiterentwickelt.

UNFÄLLE, BERUFSKRANKHEITEN, AUSFALLTAGE UND TODESFÄLLE

2023 hat sich die Unfallrate im Vergleich zum Vorjahr von 25,3 auf 27,1 Unfälle pro 1.000 Vollzeitäquivalente leicht erhöht. Raubüberfälle sind in den Märkten der REWE Group in Österreich – wie im gesamten Einzelhandel – nach wie vor ein Thema. Die betroffenen Mitarbeiter:innen können unter körperlichen und 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.



GEMEINSAM SICHER

Seit 2021 arbeiten wir gemeinsam mit dem Innenministerium und der Arbeitssicherheit im Rahmen der Initiative „Gemeinsam sicher“ eng mit der lokalen Polizei zusammen, um Mitarbeiter:innen zu schulen oder im Notfall zu betreuen.



Unfallstatistik	Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
Anzahl verunfallte Mitarbeiter:innen (Arbeits- und Wegeunfälle)	Nach Köpfen	961	899	978	8,8%
davon					
weiblich	Nach Köpfen	646	582	652	12,0%
männlich	Nach Köpfen	315	317	326	2,8%
Tödliche Unfälle	Nach Köpfen	1	–	–	–
Anzahl verunfallte Mitarbeiter:innen (Arbeits- und Wegeunfälle)	pro 1.000 VZÄ	27,2	25,3	27,1	1,80%_p
davon					
weiblich	pro 1.000 VZÄ	26,4	23,9	26,5	2,60% _p
männlich	pro 1.000 VZÄ	28,9	28,5	28,6	0,10% _p
Ausfalltage durch Unfälle	Tage	20.728	21.358	23.280	9,0%
davon					
weiblich	Tage	14.964	14.764	15.817	7,1%
männlich	Tage	5.764	6.594	7.463	13,2%
Durch Raubüberfälle betroffene Arbeitnehmer:innen	Nach Köpfen	13	12	27	+15

Tabelle 16: Unfallstatistik exklusive ADEG-Kaufleute

GRI 403-3

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

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, etwa den Standort. 2023 haben damit 32 Personen wieder die Arbeit aufgenommen.



MANAGEMENTANSATZ

GRI 404

Digitalisierung verändert die Arbeitswelt, Pensionierungen führen zu einem Mangel an Fachkräften. Deshalb ist die Förderung der Aus- und Weiterbildung so wichtig. Es gilt, Wissen aufzubauen und Mitarbeiter:innen zu qualifizieren. So können wir Herausforderungen wie der Digitalisierung begegnen.

Die REWE Group in Österreich ist ein attraktiver Arbeitgeber. Das kommunizieren wir wirksam, um Talente für das Unternehmen zu gewinnen. Das Unternehmen ist bestrebt, möglichst viele Fach- und Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu rekrutieren und qualifizierte und motivierte Mitarbeiter:innen langfristig im Unternehmen zu halten.

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. Wir entwickeln Weiterbildungsangebote so, dass sie die Erfordernisse der Vertriebslinien und die Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen berücksichtigen. Der hohe Anteil interner Besetzungen von Führungspositionen (2023: 80,7 Prozent) soll gehalten werden.

Interne Besetzungsquote	Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
in Führungspositionen	%	81,0	80,7	80,7	0,0 % p

Tabelle 17: Interne Besetzung von Führungspositionen exklusive ADEG-Kaufleute

Ausbildungsquote	Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
Anteil Lehrlinge an Gesamtbelegschaft in Vollzeitäquivalente	%	5,8	5,9	6,3	0,4 % p

Tabelle 18: Ausbildungsquote exklusive ADEG-Kaufleute

MASSNAHMEN UND PROJEKTE IN DEN BEREICHEN AUS- BILDUNG UND STUDIUM

UMFASSENDES AUSBILDUNGSANGEBOT FÜR LEHRLINGE

Die REWE Group in Österreich bietet Jugendlichen 25 verschiedene Lehrberufe an. Die Bandbreite reicht dabei von Einzelhandel über Lebensmitteltechniker:in oder Betriebslogistikkaufmann/-frau bis zu Metalltechnik, Maschinenbau-technik, Systemgastronomiefachmann/-frau oder Applikationsentwicklung. Insgesamt beschäftigt die REWE Group in Österreich im Berichtszeitraum 2.300 Lehrlinge und stellte damit knapp 15 Prozent aller Lehrlinge im Handel.

LEHRLINGE MIT SPEZIELLEN LERNKONZEPTEN GEZIELT FÖRDERN

Im Rahmen der REWE Group Karriereschmiede wird Lehrlingen und Lehrlingsausbilder:innen seit 2008 eine konzernübergreifende Ausbildungsplattform geboten. Diese ergänzt die Lehrlingsausbildung der einzelnen Ausbildungsbetriebe um spezielle Veranstaltungen. Ein Beispiel dafür ist das jährliche Persönlichkeitsseminar. Die REWE Group in Österreich setzt neben Präsenzveranstaltungen stark auf E-Learning. Oft werden Präsenz- und Online-Schulungen kombiniert. Ziel ist es, aus den Lehrlingen Fach- und Führungskräfte zu entwickeln. Die Ausbildung zur Führungskraft dauert zwei Jahre und steht nach erfolgreicher Lehrabschlussprüfung offen. Zusätzlich wurden Verkaufstrainings mit externen Trainer:innen in den Berufsschulklassen der REWE Group eingeführt.



TRAINEEPROGRAMME ALS EINSTIEGSMÖGLICHKEITEN FÜR HOCHSCHULABSOLVENT:INNEN

Die REWE International AG bietet jährlich Management-Traineeprogramme an. Die Dauer des Programms beträgt 15 Monate. Es setzt sich aus Filialzeit, Auslandsprojekt, Rotation, Projekt im Headquarter und Rotation in künftigen Schnittstellenbereichen zusammen. Neben dem Management-Traineeprogramm gibt es bei BILLA, BILLA PLUS und BIPA-Programme für Vertriebstrainees. Zudem bietet die REWE Group in Österreich auch fachspezifische Traineeprogramme an.

PERSONALENTWICKLUNGSPROGRAMME

GRI 404-2

Mit maßgeschneiderten Konzepten und Programmen fördert die REWE Group in Österreich gezielt die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter:innen. Im Rahmen einer systematischen Personalentwicklung werden konzernweit zielgruppenspezifische Programme angeboten. Sie unterstützen die Mitarbeiter:innen im Vertrieb, in der Logistik und der Verwaltung, indem sie wichtige Kompetenzen vermitteln. Zudem werden sie auf weiterführende Aufgaben oder auf eine Rolle als Führungskraft im Markt, im Vertrieb oder der Zentrale vorbereitet.

Für das mittlere Management werden seit 2018 gruppenweit spezielle Trainings wie z.B. eine „Future Journey“ für Führungskräfte angeboten. Auch hier geht es darum, die Zielgruppe auf Anforderungen im Berufsleben wie Innovation und Leadership vorzubereiten und Netzwerke zu bilden. Mit der „Management Akademie“ bietet die REWE Group in Österreich eine programmatische und individuelle Förderung der Potenzialträger von Manager:innen unterhalb der obersten Führungsebene. Ferner 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. Weibliche Führungskräfte erfahren im Programm „Women’s Drive“, wie Managerinnen sich in Netzwerken gegenseitig stärken können. Auch geht es darum, Kompetenzen zu erweitern und Karriereambitionen besser zu erkennen und zu verwirklichen. Mitarbeiter:innen ohne Personalverantwortung mit Entwicklungspotenzial werden 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 einerseits und praktisches Tun im Rahmen von Exkursionen andererseits.

WEITERBILDUNG

Unser Seminarangebot ist vielfältig. In allen Regionen und den unterschiedlichen Vertriebslinien werden regionale Seminare angeboten. Das Schulungsportfolio umfasst unternehmensweit eine Vielzahl unterschiedlicher E-Learning Module. Teilweise sind die Inhalte gesetzlich vorgeschrieben, wie zu Lebensmittel- oder Personalhygiene, Infektionsschutz und Arbeitssicherheit. Ferner beinhaltet es auch freiwillige Lernangebote wie die Karriere- und Nachfolgeplanung für Mitarbeiter:innen. Ziel der E-Learning-Schulungen ist die Vermittlung von praxisrelevantem Wissen, zum Teil spielerischem Charakter.

Die ansprechend und interaktiv aufbereiteten Schulungseinheiten dienen der Unterstützung und Weiterbildung der Mitarbeiter:innen über ein intuitives Lernformat. Einkäu-

fer:innen werden regelmäßig in Nachhaltigkeitsthemen eingewiesen. Wir bieten Schulungen zu jenen Rohstoffen, zu denen die REWE Group in Österreich spezifische Leitlinien formuliert hat, etwa Fisch, Palmöl und Soja. Wir informieren, wie umweltschädliche Chemikalien und Verpackungen vermieden werden können. 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.

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:innen 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.

Der/Die direkte Vorgesetzte lädt seine/ihre Mitarbeiter:in jährlich zu einem persönlichen Entwicklungsgespräch ein. Diese Durchsprachen öffnen einen formalen Austausch zu Themen wie Feedback, Aufgabenerfüllung, Zusammenarbeit und weiterer Entwicklung. Die Gespräche werden dokumentiert und Ergebnisse und Ziele darin festgehalten.



MANAGEMENTANSATZ

Demografischer Wandel, Globalisierung, Individualisierung und Wertewandel resultieren in großen gesellschaftlichen Veränderungen. Im Rahmen eines strategisch aufgesetzten Diversity und Inclusion Management werden Unterschiede für das Unternehmen positiv genutzt. Vielfalt fördert Innovation: nur mit verschiedenen Perspektiven können wir die besten Services für unsere und:innen erbringen. Außerdem sind die Talente der Zukunft vielfältig und es ist für alle Menschen immer wichtiger und selbstverständlicher, sich in einem offenen Umfeld zu bewegen. Als einer der größten Arbeitgeber ist es unsere soziale Verantwortung, auf allen Ebenen inklusiv zu agieren. Mit den Aktivitäten im Handlungsfeld Vielfalt und Chancengleichheit verfolgt die REWE Group in Österreich das Ziel, als Unternehmen ein faires Miteinander zu gewährleisten.

DIVERSITÄT UND CHANCENGLEICHHEIT

GRI 405

In der REWE Group in Österreich arbeiten Menschen aus über 115 Nationen friedlich und respektvoll zusammen. 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 Märkte. Das steigert unsere Chancen im Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte.

Im Rahmen ihres Personalmanagements wird deshalb darauf geachtet, eine vielfältige Belegschaftsstruktur zu fördern. Wir bieten Mitarbeiter:innen unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion, sexueller Identität, Herkunft oder

Behinderung diskriminierungsfreie Arbeitsplätze. Wir achten darauf, allen Mitarbeiter:innen faire Chancen zu bieten. Die diskriminierungsfreie Personalpolitik ist in der **Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften** der REWE Group verankert.

Sie ist gleichzeitig wesentlicher Bestandteil des Verhaltenskodex, der für alle Mitarbeiter:innen und Führungskräfte gilt. Zudem hat die REWE Group in Österreich seit 2015 eine eigene Disability-Strategie erarbeitet. Die Vorgaben werden konsequent umgesetzt. Mit einer Vielzahl unterschiedlicher Projekte und Maßnahmen arbeitet die REWE Group in Österreich daran, die Vielfalt und Chancengleichheit im Unternehmen zu fördern.

INKLUSION VON MENSCHEN MIT BEHINDERUNG

Die Disability-Strategie der REWE Group in Österreich ist ganzheitlich. Wir möchten Menschen mit Behinderungen in unsere Geschäftstätigkeit inkludieren. Unser Grundsatz lautet: „Wir denken barrierefrei und geben Mitarbeiter:innen, Kund:innen und Partner:innen dieselben Chancen.“

2020 wurde die bisherige Strategie evaluiert und neue Zielsetzungen und Maßnahmen bis 2025 erarbeitet. Wir wollen mehr Menschen mit Behinderung beschäftigen und digitale und bauliche Barrieren reduzieren. Zurzeit arbeiten über 949 Menschen mit Behinderung für die REWE Group in Österreich. In Zusammenarbeit mit verschiedenen Partner:innen wurden zahlreiche Initiativen gestartet. Hervorzuheben ist das Projekt „Haus Aktiv“, das Menschen mit Behinderung als Kassierer:innen qualifiziert. BILLA hat dazu bei einem externen Ausbilder einen kompletten Kassiarbeitsplatz eingerichtet. Die Schulungen sind realitätsnah.

Im Berichtszeitraum beschäftigte die REWE Group in Österreich 260 integrative Lehrlinge. Jugendliche erhalten so die Möglichkeit, durch eine längere Ausbildungszeit

oder eingeschränkten Ausbildungsziele eine gute Ausbildung zu erhalten. Die Organisation TIW in Wien berät uns im Auswahlprozess. Um die Integration am Arbeitsplatz zu unterstützen, arbeitet die REWE Group in Österreich mit zahlreichen Organisationen zusammen. Sie werden vom NEBA-Betriebsservice koordiniert. Arbeitsassistent:innen oder Jobcoaches unterstützen und beraten Führungskräfte, Team-Kolleg:innen und Bewerber:innen in der Startphase und der laufenden Arbeit. Alle Mitarbeitende mit Behinderung im Unternehmen können sich an Behindertenvertrauenspersonen wenden. Sowohl bei ihren regelmäßigen Sprechtagen als auch in akuten Situationen beraten sie bei Antragstellungen bei Behörden und Ämtern. Sie unterstützen bei der Wiedereingliederung am Arbeitsplatz nach längerer Krankheit oder bei allen weiteren rechtlichen Fragen. Zudem sind sie uns bei der Ausstattung von behindertengerechten Arbeitsplatzadaptierungen behilflich. Wir haben Arbeitsplätze mit kontraststarken Bildschirmen und Lesegeräten für sehbeeinträchtigte Filialmitarbeiter:innen ausgestattet. Eine eigene Diversity & Inclusion Managerin koordiniert Anfragen zum Thema Behinderung. Sie berät Fachabteilungen und Handelsfirmen zur Förderung von weiteren Integrationsmaßnahmen. Sie ist mit NGOs, Fördergebern und Behörden in Kontakt. 2018 wurde die REWE Group in Österreich als erstes Unternehmen mit dem „Web Accessibility Certificate Austria“ ausgezeichnet. Diese Zertifizierung haben wir in der Folge wiederholt bestanden.

„STILLE STUNDE“ BEI BILLA RUHIGE EINKAUFSMÖGLICHKEIT FÜR MENSCHEN MIT AUTISMUS

Mit gezielten Maßnahmen werden Menschen mit Autismus unterstützt und inklusive Einkaufsmöglichkeiten geschaffen. Bei Autismus handelt es sich um eine neurona-



le Entwicklungsstörung, wesentliches Merkmal ist häufig eine hohe Lärm- und Lichtempfindlichkeit. Das Einkaufen in lauten, lichtintensiven und oft dichten Märkten gestaltet sich für Menschen aus dem Autismus-Spektrum dementsprechend schwierig. Um ein möglichst barrierefreies Einkaufen zu ermöglichen, startete BILLA die „Stille Stunde“. Während der „Stillen Stunde“ wird im gesamten Markt auf Musik und Durchsagen verzichtet. Die Mitarbeiter:innen im Markt wurden für den Umgang mit Menschen mit Autismus speziell geschult und sind dementsprechend sensibilisiert. Assistenzhunde sind selbstverständlich in allen Märkten österreichweit willkommen. Die Anzahl der Märkte, die die „Stille Stunde“ anbieten hat sich 2023 verdreifacht und wird auch in Zukunft österreichweit weiter ausgebaut.

DIFFERENT TOGETHER: LGBTIQ+ DIALOGUE UND AWARENESS

Seit 2017 gibt es ein internes Netzwerk für Lesben, Schwule, bi-, trans-, und intersexuelle Mitarbeiter:innen namens „different together“ (di.to). Es setzt sich aktiv und informativ mit queer-Themen auseinander und fördert den Austausch von Erfahrungen unter Mitarbeiter:innen. Gemeinsam setzt das Netzwerk Ideen um, damit Vorurteile abgebaut werden. Als Zeichen der Akzeptanz werden zahlreiche Organisationen und Veranstaltungen unterstützt und gemeinsam als di.to. besucht (z.B. Vienna PRIDE, Regenbogenball, Tuntenball). Außerdem fanden Sensibilisierungsveranstaltungen wie bspw. die „Human Library - Anders unter uns“ gemeinsam mit dem Verein PRIDE Biz, die Veranstaltung „Community meets Company“, bei der Freiwillige aus der LGBTIQ+ Community eingeladen wurden oder „Pink X-Mas“, im Rahmen dessen Spenden für die Aidshilfe gesammelt wurden.

Behindertenquote

	Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
Anteil Menschen mit Behinderung an Gesamtbelegschaft in Vollzeitäquivalente¹	%	1,9	1,9	2,08	0,2 % p

Tabelle 19: Behindertenquote exklusive ADEG-Kaufleute
1) Basierend auf verfügbaren internen Mitarbeiter:innendaten.

Frauenanteil

	Einheit	2021	2022	2023	Veränderung zum Vorjahr
Gesamt	%	72,9	71,9	71,5	-0,4 % p
in Führungspositionen	%	64,1	64,7	64,8	0,14 % p
im Topmanagement	%	13,8	14,3	7,7	-6,60 % p
auf Vorstandsebene	%	0,0	0,0	0,0	0,00 % p
im Aufsichtsrat	%	0,0	0,0	0,0	0,00 % p

Tabelle 20: Frauenanteil exklusive ADEG-Kaufleute

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 2023 wie in den Jahren davor bei rund 71,5 Prozent. Der Frauenanteil im Topmanagement liegt bei 7,7 Prozent, während 64,8 Prozent der Führungskräfte weiblich sind (2022: 64,7 Prozent).

Je höher die Führungsebene, desto geringer wird jedoch der Frauenanteil. Im Rahmen des Frauen Empowerments werden daher unterschiedliche Aktivitäten in den Bereichen „Wertschätzende Kultur & Führung“, „Proaktive Kom-

munikation“, „Flexible Karrierewege“, „Gute Work-Life-Balance“ und „Klare Ziele und Monitoring“ durchgeführt. Ein Fokusthema, das seit 2023 bearbeitet wird, ist das Überwinden (un-)bewusster Stereotype gegenüber Frauen, die ein Karrierehemmnis darstellen können (unconscious bias). Daher fanden „FE:MALE Culture Checks“ mit Vorständen, Führungskräften und Mitarbeiter:innen statt, um Diskursräume zu öffnen und Frauen Empowerment stärker in alltägliches Handeln zu inkludieren. 2023 fanden zum Start vier Termine mit insgesamt 50 Teilnehmer:innen statt.



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. Die REWE Group in Österreich will alle Mitarbeiter:innen gleichbehandeln und allen gleiche Chancen bieten. Die Aktivitäten im Bereich Gleichbehandlung sind dem Handlungsfeld Vielfalt und Chancengleichheit zuzuordnen.

NICHTDISKRIMINIERUNG

GRI 406

Die REWE Group in Österreich pflegt eine Unternehmenskultur, die von einem vertrauens- und respektvollen Umgang zwischen Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Geschäftspartner:innen geprägt ist. Dies ist in den Grundwerten des Unternehmens verankert. Zudem gilt für alle Mitarbeiter:innen und Geschäftspartner:innen die **Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften**. „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“, heißt es darin. 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 (Compliance, Betriebsrat, Behindertenvertrauenspersonen, LGBTI-Netzwerk „di.to“ u. a. – siehe auch Abschnitt **Vielfalt und Chancengleichheit**). Ferner können die Mitarbeiter:innen auf die Führungskräfte und

den Personalbereich zugehen. Jegliche Hinweise auf Diskriminierung werden konsequent verfolgt, die vertrauliche Behandlung wird dabei selbstverständlich gewährleistet. Mit Betroffenen wird persönlich gesprochen, der Betriebsrat wird eingebunden. Bei der REWE Group in Österreich stehen den Mitarbeiter:innen für diesen Zweck mehrere geschulte Ansprechpartner:innen beratend zur Seite.

Seit 2022 gibt es über das Hinweisgebertool die Möglichkeit, Diskriminierungen und Belästigungen anonym an Compliance und die zuständigen Stellen zu melden.

GRI 406-1

Die REWE Group in Österreich verfolgt sämtliche Hinweise auf Diskriminierung konsequent und ahndet sie mit disziplinarischen sowie gegebenenfalls personellen Maßnahmen.

2023 wendeten sich 21 Mitarbeiter:innen aufgrund von Diskriminierung oder sexueller Belästigung an den Betriebsrat. Bei 19 Fällen handelte es sich mutmaßlich um sexuelle Belästigung. Zwei Fälle kamen über die Gleichbehandlungsanwaltschaft zur Stellungnahme zur REWE Group. In vier Fällen ging die sexuelle Belästigung von einer Führungskraft aus. In allen Fällen, in denen die Belästigung bestätigt werden konnte (18), wurden offizielle Verwarnungen ausgesprochen. Es gab drei fristlose Entlassungen, acht Versetzungen und vier einvernehmliche Lösungen des Dienstverhältnisses.

Zusätzlich gab es zwei Beschwerden wegen Diskriminierung aufgrund der Herkunft, Religion und Schwangerschaften. Konsequenzen waren offizielle Verwarnungen.

Seit 2021/2022 ist das ist ein E-Learning zur Prävention sexueller Belästigung für alle Führungskräfte verpflichtend. Im Jahr 2023 haben seit Start bisher 12.716 Mitarbeiter:innen das E-Learning absolviert.





GLEICHBEHANDLUNG







GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



Als einer der größten Arbeitgeber:innen 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. Damit wollen wir Chancenungleichheit überwinden. So unterstützt das Unternehmen sozial benachteiligte Jugendliche während der Schulzeit und beim Einstieg in das Berufsleben. Überdies engagiert sich die REWE Group in Österreich in Projekten, die Kinder und Jugendliche an eine gesunde Lebensweise mit viel Bewegung und ausgewogener Ernährung heranführen. Die REWE Group in Österreich fördert 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.

GRUNDSÄTZE

GRI 203

Die REWE Group in Österreich versteht sich als Good Corporate Citizen. Das heißt, sie übernimmt im Rahmen ihrer Möglichkeiten Verantwortung – dort, wo sie wirtschaftlich tätig ist und wo Hilfe benötigt wird.

GRI 203-1; 203-2

Mit rund 2.500 Märkten in Österreich hat die REWE Group national über 47.000 Mitarbeiter:innen. Durch die Eröffnung neuer Märkte profitieren die Gemeinden von Infrastrukturinvestitionen, Steuern und Abgaben. Hinzu kommen soziale Aktionen der Mitarbeiter:innen, Marktmanager:innen und selbstständigen Kaufleute. Die REWE Group in Österreich setzt somit wichtige Impulse für die Entwicklung und Förderung der Regionen, in denen die Märkte ansässig sind. Darüber hinaus engagieren wir uns für Kinder und Jugendliche. Der Schwerpunkt liegt auf Themen, die mit unserer Geschäftstätigkeit verbunden sind. Ein weiterer Schwerpunkt liegt dabei auf langfristigen Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen. Wir wollen den Zugang zu Bildung zu verbessern und unterstützen Bildungseinrichtungen.

Mit ihrem Engagement leistet die REWE Group in Österreich auch einen Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs).

Folgende SDGs sehen wir für „Gesellschaftliches Engagement“ als entscheidend:



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 (vgl. Abfall) sowie Artenvielfalt und Umweltschutz (vgl. Grüne Produkte). Die Handlungsfelder gelten für alle Vertriebslinien in Österreich.

ZIELE UND KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPI)

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

- Fokus auf Langfristigkeit: Projekte mit einer Mindestlaufzeit von zwei Jahren
- Fokus auf Wirksamkeit: Kontinuierliche Evaluierung der wichtigsten Projekte (Mittleinsatz von über 30.000 EUR)

REPORTING

Im nachfolgenden Abschnitt zeigen wir eine Auswahl des gesellschaftlichen Engagements der REWE Group in Österreich:





MENSCHEN IN NOT

Kund:innen in den Handelsfirmen BILLA, PENNY und BIPA können mit einem kleinen Betrag Großes bewirken. An der Kassa kann mit den Worten „Aufrunden, bitte!“ die Kaufsumme auf den nächsten 10-Cent-Betrag aufgerundet werden. Seit 2013 wurde auf diese Weise über 1,6 Mio. EUR gesammelt. Im Berichtszeitraum kamen über 209.561 EUR an Spenden dazu. Das Projekt ist in Österreich einzigartig. Es läuft seit 2013 unter dem Namen „**Aufrunder bewirken Wunder**“ gemeinsam mit der Caritas.



Die gespendeten Beträge gehen an die Caritas. Sie weist die Spenden österreichischen Projekten zu. Auf diese Weise unterstützt BILLA die Sozialberatungsstellen des Familienhilfefonds der Caritas. Dort finden Familien in dramatischen Situationen Hilfe. Ein anderer Nutznießer sind Lerncafés, in denen Kinder aus benachteiligten Verhältnissen die Chance auf mehr Bildung erhalten.

Mehr als 200.000 Menschen können sich die hohen Heizkosten nicht leisten. Sie frieren im Winter. Ältere Menschen sind ebenso betroffen wie alleinerziehende Mütter und Väter oder Menschen, die von heute auf morgen ihre Arbeit verlieren. Die Aktion „**Funken Wärme**“ hilft Menschen in dieser Notsituation. 71 Sozialberatungsstellen der Caritas informieren und unterstützen rund um die Themen Energieberatung, Heizkostenzuschüsse und Reparatur von defek-

ten Heizungen. „Funken Wärme“ der Caritas wird seit 2007 jährlich von BILLA unterstützt. 2023 wurden dafür 150.000 Euro gespendet. Die Spende wird über die österreichweiten Sozialberatungsstellen der Caritas an besonders von Armut betroffenen Familien, zur Begleichung von Heizkosten und der Überbrückung unerwarteter finanzieller Engpässe, ausgegeben.

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 Märkte wurden **10.000 Euro** gespendet.

Auch ausgewählte Produkte von BIPA, 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. 2023 wurden Produkte im Verkaufswert von mehr als Euro 1,97 Mio. gespendet.

PENNY unterstützt mit dem **PENNY-Familien-Hilfsfonds** des Österreichischen Roten Kreuzes (ÖRK). Bereits seit 2011 setzt PENNY ein klares Zeichen der Solidarität mit Menschen in Not und ruft gemeinsam mit dem ÖRK zu einer jährlichen Spendenaktion für in Armut lebende Familien mit schulpflichtigen Kindern in Österreich auf. PENNY ruft 2x jährlich alle Kund:innen zu einer 1-Euro-Spende auf und bedankt sich mit einem Einkaufsrabatt in der Höhe von 10%. Zusätzlich fließen je 2 Cent pro Einkaufstasche und 10 Cent pro verkauftem Plüschtier im Rahmen von Treuepromotions in den Spendentopf. Im Jahr 2023 wurde auf diese Weise ein Spendenerlös in der Höhe von rund 188.000 EUR erzielt. Insgesamt wurden seit 2011 rund

2,2 Millionen EUR an Spendengeldern an das ÖRK übergeben. Dadurch konnten seit 2011 rund **5.750** Familien bzw. **13.700** Kindern geholfen werden.

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 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.

JUGEND UND BILDUNG

NextGenBuddies tritt gegen die Tatsache an, dass Armut im Elternhaus massiv die Chancen auf Bildung einschränkt. 184 -Studierende der WU Wien und des IFZ Salzburg sowie rund 300 Kinder aus sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen in Wien und Salzburg lernten im Studienjahr 2022/23 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 nach einer mehrtägigen Vorbereitung einmal pro Woche Kinder und Jugendliche aus Einrichtungen u.a. der Caritas Wien und in Salzburg betreuen.

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 2010 haben sich über **1.600** Studierende engagiert und über **160.000** Stunden freiwillige Arbeit geleistet.

Lernbuddy Programm: Lernbuddys sind engagierte Studierende, die junge Menschen aus sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen begleiten und sie in ihrer schulischen und sozialen Entwicklung fördern. Die Kinder und Jugendlichen, in Einrichtungen u.a. der Caritas Erzdiözese Wien, erhalten durch den Kontakt zu Studierenden der WU Wien und des IFZ Salzburg Unterstützung beim Lernen und erleben Vorbilder, die mit ihnen gemeinsam Zeit verbringen. Die Studierenden können als Lernbuddys zentrale Kompetenzen erwerben und stärken. Dabei stehen insbesondere problemanalytische Fähigkeiten, Teamfähigkeit, Führungs- und kommunikative Kompetenz sowie die eigene Persönlichkeitsentwicklung im Vordergrund. Durch den freiwilligen Einsatz entwickeln die Studierenden zudem ein besseres Verständnis für andere Kulturen sowie ein erhöhtes Bewusstsein für gesellschaftspolitische Fragestellungen und soziale Verantwortung.

Sportbuddy Programm: Sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche haben weniger oft Bezugspersonen, die ihnen vielfältige Bewegungsmöglichkeiten bieten und unterschiedliche Sportarten vermitteln können. Sie sind häufiger übergewichtig und können ihre motorischen Fähigkeiten weniger gut entwickeln. Egal ob Fußball, Tanzen oder Badminton – die Sportbuddys ermöglichen den Kindern und Jugendlichen einen niederschweligen Zugang zu vielfältigen Bewegungs- und Sportangeboten. Dabei stehen die Freude an der Bewegung und das Stärken positiver Bewegungs-, Körper- und Beziehungserfahrungen im Zentrum der wöchentlichen Treffen. Die Kinder und Jugendlichen profitieren in ihrem Selbst- und Körperkonzept sowie in ihrer schulischen Entwicklung. Die Studierenden erweitern ihre pädagogischen Kompetenzen und fungieren als Rollenmodelle.

Musikbuddy Programm: Im Musikbuddyprogramm werden Körper- und Selbstbewusstsein gestärkt und gefördert. Es ist faszinierend und schön zu beobachten, wie die Kinder durch die Beschäftigung mit Musik und das gemeinsame Erleben in der Gruppe gestärkt werden. Durch das Musizieren und den Austausch eröffnen sich neue Perspektiven und Zukunftsaussichten.

Bereits seit 2017 arbeitet BIPA bei der Konfektionierung von Bonusboxen mit „Jugend am Werk“ zusammen. Man bekommt sie gegen 250 Ös in den Filialen. Gemeinsam ermöglicht BIPA mit diesem Projekt Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderung eine sinnvolle Arbeit. 2023 wurden so 95.000 Boxen konfektioniert. Für diese Tätigkeit waren ca. 65 Personen das ganze Jahr über im Einsatz. In der Weihnachtszeit floss von jedem verkauften BIPA X-MAS Keksstempel 1 Euro an das Jugend am Werk Projekt „make up my story“. Die Initiative ermöglicht Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderung aus der „Tagesstruktur Im Werd“ ein professionelles Fotoshooting inklusive make-up und Bekleidung sowie anschließender Fotoaus-

stellung. Das Ziel des Projekts ist es, das Selbstwertgefühl der Teilnehmer:innen zu steigern, dadurch ihre Lebensqualität zu fördern und innerhalb der Gesellschaft Empathie und Verständnis für die Individualität von Lebenswelten zu schaffen.

Im gemeinsamen Kampf gegen den Klimawandel hat PENNY in einer Kooperation mit Waldquelle Mineralwasser und Schulen in allen Bundesländern Projekt ‚Stöpselwald‘ umgesetzt. Im Rahmen dieser Initiative wurden die PENNY-Kund:innen und Schüler:innen zum Sammeln von Getränkeverschlüssen aufgerufen und gebeten, die Stöpsel in der nächsten PENNY-Filiale abzugeben. Von den PENNY Filialen führte der Weg der Getränkeverschlüsse direkt zum Recycling-Betrieb. Der Rohstoff wurde auf- und für die Wiederverwendung vorbereitet. Mit dem Reinerlös des verkauften Rohstoffs wurden Bäume finanziert und von gelernten Förstern und Schüler:innen der teilnehmenden Schulen eingepflanzt. So entstanden bisher drei Stöpselwälder mit über 1500 jungen Bäumen.

MÜTTER UND KINDER IM FOKUS

Von 25. November bis 10. Dezember setzt die REWE Group auch 2023 wieder ein Zeichen gegen Gewalt an Frauen und Mädchen. Gemeinsam mit dem Bundesministerium für Inneres (BMI) starteten alle Handelsfirmen der REWE Group (BILLA, BILLA PLUS, BIPA, PENNY und ADEG) eine 16-tägige Informationskampagne gegen häusliche Gewalt – vom internationalen Tag gegen Gewalt an Frauen bis zum Tag der Menschenrechte. Auf den Kassenbons der Handelsfirmen der REWE Group werden der Polizeinotruf (133), die Frauenhelpline (0800 222 555) und die Nummer des Gewaltschutzzentrums (0800 700 217) aufgedruckt, um Betroffene über entsprechende Hilfseinrichtungen zu informieren.



Die Unterstützung von sozial benachteiligten Frauen und deren Kindern stehen im Fokus des gesellschaftlichen Engagements von BIPA. Seit 2009 unterstützt BIPA die Caritas Mutter-Kind-Häuser. In zwölf Häusern finden wohnungslose Mütter und ihre Kinder ein schützendes Dach über dem Kopf. Dort finden sie Unterstützung, um sich langfristig wieder eine gesicherte Zukunft aufbauen zu können. Hier werden sie auch mit Produkten des täglichen Bedarfs versorgt und können Beratungsangebote in Anspruch nehmen.

Neben den gespendeten Geldern von „Aufrunden, bitte!“ kommen den Müttern und Kindern zusätzlich Einnahmen aus der Spendenpromotion #Müttternhelfen aus der Kooperation mit Procter & Gamble zugute. Mit jedem Kauf eines Produktes ausgewählter P&G Marken bei BIPA spendet P&G bis zu einem Gesamtwert von 100.000€ an die Caritas Mutter-Kind-Häuser in Österreich. 2023 stellt BIPA den Caritas Mutter-Kind-Häuser außerdem 60.000€ in Form von Gutscheinkarten zur Verfügung. In einer weiteren Spendenaktion #Kinderperspektive gehen mit jedem Kauf eines Produktes von ausgewählter P&G Marken in einer BIPA-Filiale sowie im BIPA Online-Shop jeweils 3 Cent und bis zu 15.000€ an das Bildungs- und Förderprogramm von SOS-Kinderdorf.

BIPA engagiert sich für die Brustkrebsvorsorge und -früherkennung. Die BIPA Marke bi good launcht jährlich ein Produkt als PINK RIBBON Limited Edition. Im Jahr 2023 gab es den bi good Hand- & Nagelbalsam mit Mandelöl & Sheabutter, welcher exklusiv bei BIPA erhältlich war und auf die Wichtigkeit der Brustkrebsvorsorge und -früherkennung aufmerksam machte und dieses Thema in den Fokus stellte. Zusätzlich unterstützt BIPA die Österreichische Krebshilfe mit einer Spende.

Im Oktober 2023 startete BIPA in Kooperation mit der Stadt Wien das Projekt „Rote Box“ gegen Perioden-Armut. In Wiener Filialen erhalten Betroffene monatlich gegen Vorlage eines Gutscheines eine „Rote Box“ mit Tampons oder Binden. Zusätzlich werden die „Rote Box“-Produkte zum Verkauf angeboten. So kann jede:r einen Beitrag gegen Perioden-Armut leisten. Denn pro verkaufter Packung werden 0,50 Euro am Ende des Projekts gespendet. Um bereits vorab einen wichtigen Schritt gegen Perioden-Armut zu setzen, hat BIPA zu Projektbeginn 5.000€ an MaBa, der Mama-Baby-Sozialraum der Diakonie für armutsbetroffenen Frauen und Kindern, gespendet. Mit dieser Spende wurden muttersprachliche und dolmetsch-gestützte Workshops zum weiblichen Körper, sowie Menstruation, im offenen Sozialraum abgehalten.

KINDERSCHUTZ

Die DERTOUR 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 DERTOUR 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 DERTOUR als kompetenter Partner zur Seite steht.

Mit der Unterzeichnung bekennt sich die DERTOUR 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 DERTOUR 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 DERTOUR, durchgeführt von ECPAT, teil. Im Rahmen ihres Informations- und Präventionskonzepts engagiert sich die DERTOUR mit weiteren Sensibilisierungsmaßnahmen. 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 DERTOUR 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 DERTOUR 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.

GRI 413-2

2021 führte die DERTOUR eine Risikoanalyse durch, um Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wie die Rechte von Kindern innerhalb der touristischen Wertschöpfungskette und bei ihren Partner:innen 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 DERTOUR durch eine umfangreiche Richtlinie zu ergänzen. Basierend auf den Kinderschutz-Grundsätzen der DERTOUR 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 steht 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.





GRI 102-45

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

GRI 102-48

Grundsätzlich entspricht der Geltungsbereich der Daten jenem des Nachhaltigkeitsberichts 2022.

An einigen Stellen wurden inhaltsneutrale Änderungen an Kapitelstruktur oder Tabellenformat durchgeführt, die den GRI-Geltungsbereich jedoch nicht beeinflussen.

Ein Auszug hiervon ist u.a.:

- 2021 als neues Basisjahr
- Konsolidierung der Themen „Compliance“ und „Datenschutz“ als ein Kapitel
- Neues Tabellenformat „Unternehmenszahlen der REWE Group in Österreich“
- Konsolidierung der Themen „Ökologische Aspekte in der Lieferkette“ sowie „Soziale Aspekte in der Lieferkette“ und „Kinder- und Zwangsarbeit“ als ein Kapitel „Verantwortung in der Lieferkette“
- Konsolidierung der Themen „Bio“ sowie „Regionalität“ als ein Kapitel
- Änderung der Kennzahlen zu Bio- und Regionalmarken von absoluter Artikelanzahl zu relativer Sortimentsbedeutung

- Neues eigenständiges Kapitel „Biodiversität“
- Neues eigenständiges Kapitel „Plant-based: 100% pflanzlich“
- Konsolidierung der Themen „Kund:innengesundheit & Produktsicherheit“ sowie „Bewusste Ernährung“
- Neues Tabellenformat „Energieverbrauch und Energiemix der REWE Group in Österreich“ in Anlehnung an zukünftige Berichtsstandards (ESRS)
- Neues Tabellenformat „Energie-Intensität der REWE Group in Österreich“ sowie Gegenüberstellung zu Wirtschaftsleistung anstelle von Verkaufsfläche in Anlehnung an zukünftige Berichtsstandards (ESRS)
- Neues Tabellenformat „THG-Bruttoemissionen der REWE Group in Österreich“ in Anlehnung an zukünftige Berichtsstandards (ESRS)
- Neues Tabellenformat „THG-Intensität der REWE Group in Österreich“ sowie Gegenüberstellung zu Wirtschaftsleistung anstelle von Verkaufsfläche in Anlehnung an zukünftige Berichtsstandards (ESRS)
- Neues Tabellenformat „Kennzahlen zur E-Mobilität“
- Konsolidierung der Themen „Papier“ sowie „Wasser“ und „Verpackung“ als ein Kapitel „Ressourcenschonung“

- Neues Tabellenformat „Absoluter und spezifischer Papierverbrauch der REWE Group in Österreich“ sowie Gegenüberstellung zu Wirtschaftsleistung anstelle von Verkaufsfläche in Anlehnung an zukünftige Berichtsstandards (ESRS)
- Neues Tabellenformat „Absoluter und spezifischer Wasserverbrauch der REWE Group in Österreich“ sowie Gegenüberstellung zu Wirtschaftsleistung anstelle von Verkaufsfläche in Anlehnung an zukünftige Berichtsstandards (ESRS)
- Neues Tabellenformat „Abfallbilanz“ sowie Gegenüberstellung zu Wirtschaftsleistung anstelle von Verkaufsfläche in Anlehnung an zukünftige Berichtsstandards (ESRS)
- Neues Tabellenformat „Beschäftigtenstatistik“
- Neues Tabellenformat „Unfallstatistik“
- Neues Tabellenformat „Karenz“
- Neues Tabellenformat „Frauenanteil“
- Neues Tabellenformat „Kennzahlen zur E-Mobilität“
- Themenbasierter Aufbau des Abschnitts „Gesellschaftlicher Engagement“

GRI 102-50

Der Nachhaltigkeitsbericht der REWE Group in Österreich 2023 bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2023

(1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023).

GRI 102-51

Der Nachhaltigkeitsbericht 2023 der REWE Group ist in **Österreich am 17. September 2023** erschienen.

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.

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 Andreas W. Streit ist für die Erstellung des Berichts verantwortlich und steht als Ansprechpartner für alle Fragen zur Verfügung. Email: nachhaltigkeit@rewe-group.at

GRI 102-54

Der Nachhaltigkeitsbericht 2023 entspricht den GRI-Standards (2016). Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards (Option „Kern“) erstellt.



ORGANISATIONSPROFIL

GRI 102-55	
GRI 102-1:	Name der Organisation
GRI 102-2:	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen
GRI 102-3:	Hauptsitz der Organisation
GRI 102-4:	Betriebsstätten
GRI 102-5:	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform
GRI 102-6:	Belieferte Märkte
GRI 102-7:	Größe der Organisation
GRI 102-8:	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeiter:innen
GRI 102-9:	Lieferkette
GRI 102-10:	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette
GRI 102-11:	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip
GRI 102-12:	Externe Initiativen
GRI 102-13:	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen Strategie
GRI 102-14:	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers Ethik und Integrität
GRI 102-16:	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen
GRI 102-17:	Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik Unternehmensführung
GRI 102-18:	Führungsstruktur
GRI 102-19:	Delegation von Befugnissen
GRI 102-20:	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen
GRI 102-21:	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen Einbindung von Stakeholdern
GRI 102-40:	Liste der Stakeholder-Gruppen
GRI 102-41:	Tarifverträge
GRI 102-42:	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder
GRI 102-43:	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern
GRI 102-44:	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen Vorgehensweise bei der Berichterstattung
GRI 102-45:	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten
GRI 102-46:	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen
GRI 102-47:	Liste der wesentlichen Themen
GRI 102-48:	Neudarstellungen von Informationen

GRI 102-49:	Änderungen bei der Berichterstattung
GRI 102-50:	Berichtszeitraum
GRI 102-51:	Datum des aktuellsten Berichts
GRI 102-52:	Berichtszyklus
GRI 102-53:	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht
GRI 102-54:	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards
GRI 102-55:	GRI-Inhaltsindex
GRI 102-56:	Externe Prüfung

WESENTLICHE THEMEN

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



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



ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1	Unternehmensporträt.....	12
Abbildung 2	Wesentlichkeitsmatrix 2020.....	23
Abbildung 3	Nachhaltigkeitssäulen und Handlungsfelder der REWE Group in Österreich.....	27
Abbildung 4	Genutzter Grünstrom nach Erneuerbarer Energiequelle.....	68
Abbildung 5	Unternehmenseigene PV-Anlagenleistung.....	68

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1	Unternehmenszahlen der REWE Group in Österreich.....	15
Tabelle 2	GRI 102-47: Themen der Wesentlichkeitsanalyse und zugeordnete GRI-Themen.....	24
Tabelle 3	Entwicklung Bio- und Regional-Eigenmarken in Österreich.....	43
Tabelle 4	Pflanzenbasierte Produktpalette (Eigenmarken).....	53
Tabelle 5	Energieverbrauch und Energiemix der REWE Group in Österreich.....	63
Tabelle 6	Energie-Intensität der REWE Group in Österreich.....	64
Tabelle 7	THG-Bruttoemissionen der REWE Group in Österreich.....	67
Tabelle 8	THG-Intensität der REWE Group in Österreich.....	67
Tabelle 9	Kennzahlen zur E-Mobilität.....	69
Tabelle 10	Absoluter und spezifischer Papierverbrauch der REWE Group in Österreich.....	71
Tabelle 11	Absoluter und spezifischer Wasserverbrauch der REWE Group in Österreich.....	73
Tabelle 12	Abfallbilanz.....	74
Tabelle 13	Beschäftigtenstatistik nach Alter und Geschlecht.....	82
Tabelle 14	Kennzahlen zur Fluktuation.....	83
Tabelle 15	Karenz.....	84
Tabelle 16	Unfallstatistik.....	87
Tabelle 17	Interne Besetzung von Führungspositionen.....	88
Tabelle 18	Ausbildungsquote.....	88
Tabelle 19	Behindertenquote.....	91
Tabelle 20	Frauenanteil.....	91

BILD CREDITS

S. 2:	REWE Group, Robert Harson
S. 5:	REWE Group, Alexander Papis
S. 7:	REWE Group
S. 8:	Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
S. 11:	Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
S. 13:	shutterstock.com, Titus JP, Potential Filmmaker
S. 14:	Getty Images, Luis Alvarez
S. 19:	shutterstock.com, chaylek
S. 26:	shutterstock.com, Marek Mierzejewski
S. 28:	shutterstock.com, Narong Khueankaew
S. 32:	Getty Images, Thomas Barwick
S. 34:	Getty Images, Yannick Tylle
S. 35:	Getty Images, Tim Kitchen
S. 39:	shutterstock.com, sanrayu
S. 40:	shutterstock.com, shuttertim82
S. 43:	REWE Group
S. 44:	shutterstock.com, Henk Bogaard
S. 47:	Getty Images, Westend61
S. 48:	shutterstock.com, MNStudio
S. 51:	REWE Group
S. 54:	shutterstock.com, Daria Kulkova
S. 57:	shutterstock.com, Anna Grant
S. 58:	shutterstock.com, Objects of perfection
S. 61:	shutterstock.com, Yakup Yener
S. 62:	shutterstock.com, Kampan
S. 65:	shutterstock.com, Guenter Albers
S. 70:	shutterstock.com, Fahrioni
S. 72:	Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
S. 73:	Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
S. 77:	REWE Group
S. 78:	shutterstock.com, insta_photos
S. 81:	REWE Group
S. 85:	shutterstock.com, Vadym Pastukh
S. 93:	REWE Group
S. 94:	REWE Group
S. 101:	shutterstock.com, maxim ibragimov

IMPRESSUM

Herausgeber & Medieninhaber: REWE International AG
 Industriezentrum NÖ-Süd | Straße 3 | Objekt 16
 2355 Wiener Neudorf, Tel.: +43 2236 600-0
 nachhaltigkeits@rewe-group.at
 www.rewe-group.at

Grafik: Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
 Industriezentrum NÖ-Süd | Straße 3 | Objekt 16
 2355 Wiener Neudorf | marian@rewe-group.at
 www.marian.co.at
 September 2024

