

UNSER ENGAGEMENT FÜR NACHHALTIGKEIT

Österreich 2025

REWE 
GROUP

BILLA **PENNY** **BIPA**  **ADEG**

LIEBE LESER:INNEN

Gemeinsam mit unseren Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Partner:innen treiben wir unsere Nachhaltigkeitsprogramme voran und nehmen dabei im österreichischen Handel eine Pionierrolle ein.

Nachhaltigkeit hat in der REWE Group in Österreich und ihren Handelsfirmen Tradition und ist fest in unserem unternehmerischen Handeln verankert. Auch in volkswirtschaftlich herausfordernden Zeiten haben wir an unseren Nachhaltigkeitsschwerpunkten festgehalten und sie konsequent weiterentwickelt.

Ein besonderer Dank gilt unseren Mitarbeitenden aus allen Unternehmensbereichen, die täglich dazu beitragen, Nachhaltigkeit in der Praxis umzusetzen. Als einer der größten Arbeitgeber und Lehrlingsausbildner im Land haben wir gezielte Initiativen für Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion am Arbeitsplatz gesetzt und wurden im Vorjahr unter anderem für unser Inklusions-Engagement ausgezeichnet.

Unsere Handelsfirmen treiben Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette voran: BILLA bleibt auf mehreren Ebenen seiner Pionierrolle treu. Als einziger Lebensmittel-einzelhändler in Österreich bietet BILLA bereits seit 2020 zu 100 % Frischfleisch aus Österreich an. Außerdem setzen wir uns für Tierwohl in der Nutztierhaltung ein – sowohl mit unserer

Bio-Marke Ja! Natürlich wie auch mit unserem konventionellen Tierwohlprogramm „Fair zum Tier!“. 2025 überschritt der Tierwohl-Anteil im Frischfleisch-Bereich gemessen am Verkaufsumsatz erstmals die 50%-Marke – ein Erfolg, der auf das Engagement unserer heimischen Partnerbetriebe und die hohe Nachfrage unserer Kund:innen zurückzuführen ist.

Mit dem Start des österreichweiten Einwegpfandsystems Anfang 2025 wurde auch bei PENNY eine neue Pfandinfrastuktur aufgesetzt. Der digitale Pfand-Sammelpass von PENNY schafft zusätzliche Anreize zur Rückgabe von Aludosen und PET-Flaschen. Darüber hinaus bieten alle Handelsfirmen Möglichkeiten, Pfandbeträge für den guten Zweck zu spenden – bei PENNY zugunsten des Roten Kreuzes, bei BILLA für die gemeinnützige BILLA Stiftung Blühendes Österreich sowie bei vielen ADEG Kaufleuten für regionale Initiativen und Vereine.

Gemeinsam mit unseren Kund:innen konnten unsere Handelsgesellschaften auch 2025 zahlreiche soziale Projekte umsetzen und damit armutsbetroffene Menschen in Österreich unter-

stützen. Darüber hinaus hat BIPA mit gezielten Initiativen das Thema Frauengesundheit verstärkt in den öffentlichen Fokus gerückt und zur Enttabuisierung beigetragen.

Engagement zeigen wir auch im Bereich Natur- und Artenschutz: Seit mittlerweile zehn Jahren setzt sich die gemeinnützige BILLA Privatstiftung Blühendes Österreich für den Erhalt und die Renaturierung wertvoller Lebensräume ein und konnte bereits über 1.500 Hektar sichern.

Wir wünschen Ihnen eine inspirierende Lektüre.

Ihr Marcel Haraszti und Michael Jäger
Vorstände REWE International AG



DIE HIGHLIGHTS 2025



900
Mitarbeiter:innen

Mehr als 900 Mitarbeiter:innen mit Behinderungen sind bei BILLA tätig. Damit erreicht der Lebensmitteleinzelhändler die Beschäftigungsquote von 4 % für das Jahr 2024 und 2025.

► MITARBEITER:INNEN



4
E-LKWs

Ende 2025 waren 4 E-LKWs für die Belieferung von Märkten im Einsatz.

► KLIMASCHUTZ

25.780.500

Mahlzeiten-Äquivalente aus 2025 gespendeten Lebensmitteln.

► LEBENSMITTELRETTUNG

321.805 €

Pfandspenden von BILLA-Kund:innen unterstützen Renaturierungsprojekte in Niederösterreich.

► NATURSCHUTZ



130 Jahre
ADEG

Im Jahr 2025 feierte die „Arbeitsgemeinschaft der Einkaufsgenossenschaften“ ihr 130-jähriges Bestehen.

► BIO UND REGIONALITÄT

3 x Steigerung

Der Nettoumsatz von Bio Artikeln ist von 2024 auf 2025 mehr als dreimal so stark gestiegen wie der konventionelle Nettoumsatz.

► BIO UND REGIONALITÄT

Frauengesundheit

BIPA hat in 2025 eine Frauengesundheitsstudie veröffentlicht.

► GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



100 %
österreichisches Frischfleisch

BILLA bietet seit 2020 als einziger Lebensmitteleinzelhändler in Österreich ausschließlich Frischfleisch zu 100 % aus Österreich an.

► TIERWOHL



100 %
Tierwohl-Qualität

Seit 2023 nur Frischfleisch in Tierwohl-Qualität bei BILLA in der Bedienung.

► TIERWOHL

**„Vegavita Frei von“-
Versprechen**



Alle Vegavita Produkte sind 100 % frei von Geschmacksverstärkern, Konservierungsstoffen, künstlichen Aromen, Palmöl und gehärteten Fetten.

► PLANT-BASED



10 Jahre
Blühendes Österreich

Die BILLA gemeinnützige Privatstiftung feierte in 2025 ihr zehnjähriges Bestehen.

► NATURSCHUTZ

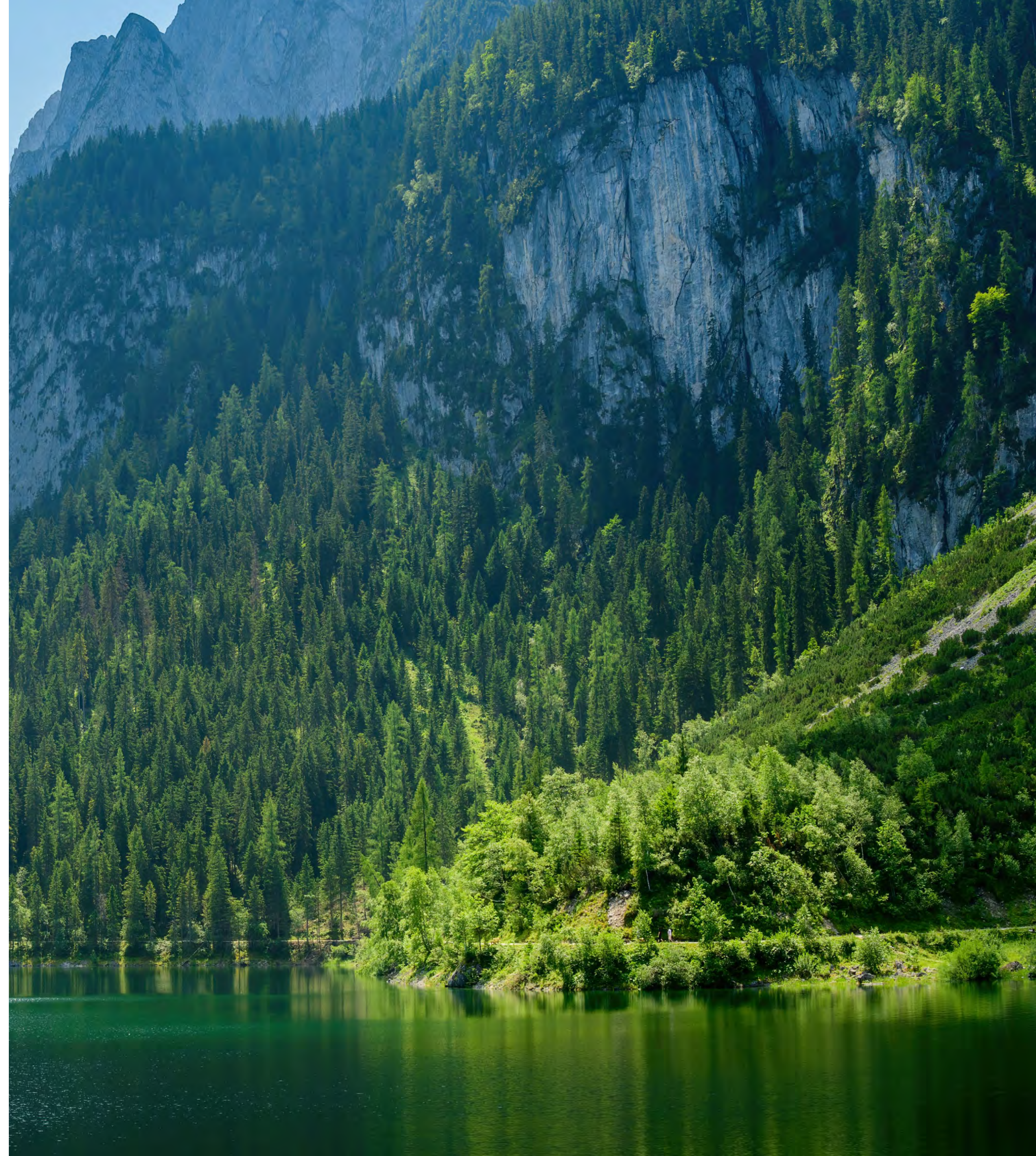
**Pfand-
Sammelpass**

PENNY führte als erster Diskonter in Österreich einen digitalen Pfand-Sammelpass ein.

► RESSOURCENSCHONUNG

INHALT

VORWORT.....	2
HIGHLIGHTS.....	3
INHALT.....	4
STRATEGIE.....	5
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS.....	6–7
FOKUSTHEMEN ÜBERSICHT.....	8
MITARBEITER:INNEN	9–11
KLIMASCHUTZ	12–14
LEBENSMITTELRETTUNG	15–18
BIO UND REGIONALITÄT	19–21
TIERWOHL	22–24
PLANT-BASED	25–27
RESSOURCENSCHONUNG	29–31
NATUR- UND ARTENSCHUTZ	32–35
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT	36–39
NACHWORT.....	40
IMPRESSUM.....	41



STRATEGIE

Seit mehr als 15 Jahren berichten wir transparent über unsere strategische Ausrichtung und Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit auf Basis klar definierter KPIs sowie anhand konkreter Praxisbeispiele.

Nachhaltigkeit ist längst vom Nischenthema zu einem zentralen Bestandteil unserer Unternehmensstrategie geworden und in allen Geschäftsbereichen verankert: von der Standortentwicklung über die Sortiments- und Verpackungsentscheidungen bis hin zu unserer Verantwortung als Arbeitgeber und Nahversorger.

Als einer der führenden Nahversorger im Lebensmittelhandel sowie Drogeriefachhändler in Österreich tragen wir Verantwortung gegenüber unseren Kund:innen, Mitarbeiter:innen, Partnerbetrieben sowie Umwelt und Gesellschaft – und denken dabei als genossenschaftlich geprägtes Unternehmen nicht in Quartalen, sondern in langfristigen Entwicklungen und Generationen.

Die Erwartungen unserer Stakeholder:innen sind hoch und zugleich ein wichtiger Impuls für unsere kontinuierliche Weiterentwicklung. Um im Spannungsfeld zwischen wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit sowie ökologischer und sozialer Verantwortung wirksame Prioritäten zu setzen, ist ein vertrauensvoller und kontinuierlicher Dialog zentral. Langfristige Partnerschaften und gemeinsame Initiativen unter-

streichen die Wirksamkeit dieses Ansatzes, etwa unser Pestizidreduktionsprogramm mit Global 2000, unser soziales Engagement mit Organisationen wie Caritas und dem Roten Kreuz oder der gezielte Ausbau von Bio- und Tierwohlprogrammen gemeinsam mit heimischen landwirtschaftlichen Partnerbetrieben. Diversität in den Teams sowie gezielte Inklusionsinitiativen stärken zusätzlich unsere Innovations- und Zukunftsfähigkeit.

Bereits vor knapp zwei Jahrzehnten hat die REWE Group vier zentrale Nachhaltigkeits-säulen definiert: Grüne Produkte, Energie/Klima/Umwelt, Mitarbeiter:innen sowie gesellschaftliches Engagement. Darauf aufbauend richten unsere Handelsgesellschaften in Österreich, BILLA, PENNY, BIPA und ADEG ihre Maßnahmen entlang von neun strategischen Fokusthemen aus: Mitarbeitende, Klimaschutz, Lebensmittelrettung, Tierwohl, Plant-based, Ressourcenschonung, Natur- und Artenschutz, gesellschaftliches Engagement sowie Bio- und Regionalität.

Vor dem Hintergrund zunehmender regulatorischer Anforderungen – etwa durch

die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR), die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), die EU-Taxonomie, die Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR) sowie Lieferkettengesetze – entwickeln wir unsere Prozesse und Systeme konsequent weiter. Wir verstehen Nachhaltigkeit als Querschnittsthema, das nur im Zusammenspiel aller Unternehmensbereiche seine Wirkung entfalten kann und richten daher unsere Nachhaltigkeitsorganisation entlang der Wertschöpfungskette aus, um klare Verantwortlichkeiten und bereichsübergreifende Umsetzung sicherzustellen. Eine enge Verzahnung mit zentralen Funktionen wie Einkauf, Category Management und internationalen Einheiten trägt dazu bei, regulatorische Anforderungen wirksam in die operative Praxis zu überführen.

Unser strategischer Ansatz zeigt, dass Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg kein Widerspruch, sondern integraler Bestandteil einer resilienten und zukunftsgerichteten Unternehmensführung sind.



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Mit ihrem Engagement unterstützt die REWE Group in Österreich die folgenden 8 Sustainable Development Goals (SDG).



SDG 2 Kein Hunger

- Die REWE Group in Österreich setzt zahlreiche Maßnahmen, um Lebensmittel zu retten. Vom vergünstigten Verkauf von optisch nicht perfekten aber einwandfrei genießbaren Lebensmitteln mit dem Rettersackerl bis zur internen Verarbeitung von Obst und Gemüse für die Salatbar.
- In Zusammenarbeit mit regionalen Partnerbetrieben wurden 2025 mehr als 25 Millionen Mahlzeiten-Äquivalente¹ an soziale Organisationen weitergegeben.
- In ausgewählten BILLA und BILLA PLUS Märkten ist es uns 2025 erstmals gelungen, Frischfleisch zu spenden. Gemeinsam mit der Tafel Österreich und der Lebensmittelbehörde konnte im Rahmen des Pilotprojektes 1 Tonne Frischfleisch gerettet werden.
- Weitere Initiativen umfassen u. a. die Bereitstellung von Lebensmitteln für obdachlose Menschen in Wien, Einkaufsgutscheine für Familien in Not oder den Verkauf von Rettersackerl, in denen einwandfreies Obst und Gemüse vergünstigt angeboten wird.

Siehe Fokusthemen: [Lebensmittelrettung](#) & [Gesellschaftliches Engagement](#)



SDG 5 Geschlechtergleichheit

- Die Förderung der Geschlechtergleichstellung ist der REWE Group in Österreich ein zentrales Anliegen.
- 69,5 % der Mitarbeitenden bei der REWE Group in Österreich – also mehr als 30.000 – sind Frauen.
- Das REWE-interne Frauen*netzwerk „f.ernetzt“ ermöglicht es Mitarbeiterinnen, sich zu vernetzen, und unterstützt gegenseitiges Empowerment. Neben kontinuierlichem Austausch bietet das Netzwerk auch themenspezifische Veranstaltungen.
- 2025 wurde das Interviewformat „Women’s Inspiration Networking“ (WIN) ins Leben gerufen, um weibliche Karrieren sichtbar zu machen und Austausch zu fördern.
- Zudem hat BIPA die große Kampagne „Ehrlich gesagt“ umgesetzt, bei der für vermeintliche „Frauenthemen“ Bewusstsein in der Bevölkerung geschaffen wird – darunter etwa Menstruation oder Wechseljahre.
- Bei ADEG sind bereits ein Drittel der Kaufleute Frauen. Von den insgesamt 339 selbstständig geführten Märkten stehen 113 unter weiblicher Führung.

Siehe Fokusthema: [Mitarbeiter:innen](#)



SDG 7 Bezahlbare und saubere Energie

- Bereits seit 2008 kommt die elektrische Energie für die Märkte, Zentralen und Lager zu 100 % aus erneuerbaren Quellen wie Wasserkraft, Sonnenenergie, Windenergie oder Biomasse.
- Zusätzlich wird der Ausbau von Photovoltaikanlagen forciert. Bis Ende 2025 wurden 420 Photovoltaikanlagen auf den Märkten und Zentralstandorten installiert. Das entspricht einer Leistung von 44 MWp – also dem jährlichen Strombedarf von rund 14.000 Haushalten in Österreich.²
- Auch das Thema E-Mobilität treibt die REWE Group in Österreich voran: 2025 standen 613 E-Ladepunkte für die Kund:innen bei den Märkten zur Verfügung. Rund 27 % der Dienstwägen der Mitarbeitenden in den Lagern und Zentralen werden elektrisch betrieben. Zudem waren mit Ende 2025 4 E-LKWs für die Belieferung der Märkte im Einsatz, 2026 sollen 5 weitere hinzukommen.

Siehe Fokusthema: [Klimaschutz](#)



SDG 8 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

- REWE Group in Österreich bekennt sich in den [Grundsatzserklärungen](#) der REWE Group dazu, Menschen- und umweltbezogene Rechte zu stärken, deren Verletzungen vorzubeugen, bzw. sie zu minimieren und durch Maßnahmen Abhilfe zu schaffen.
- Im Rahmen des [Supplier Code of Conduct](#) definieren wir unsere Erwartungen hinsichtlich menschenrechtlicher und umweltbezogener Sorgfaltspflichten in der Lieferkette an Lieferant:innen. Diese sind bei Geschäftsvorgängen mit Unternehmen der REWE Group in Österreich einzuhalten.
- Im Zuge des deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes wurde ein Beschwerdeverfahren ([REWE Group Hintbox](#)) implementiert, über das jederzeit anonym Verstöße gegen Arbeits- und Menschenrechte gemeldet werden können.
- Die REWE Group in Österreich ist seit vielen Jahren starker FAIRTRADE-Partner. Das Angebot an FAIRTRADE-Produkten wird stetig erweitert, um den fairen Handel weiter zu stärken.

¹ Die Anzahl der Mahlzeiten wird anhand des Gewichts der überschüssigen, weitergegebenen Lebensmittel an Sozialorganisationen berechnet. Das Gewicht dividiert durch 0,42 (0,42 kg entsprechen ca. 1 Mahlzeit) ergibt die Anzahl der Mahlzeiten-Äquivalente.

² Berechnungsgrundlage: Jährlicher Stromverbrauch von 3.100 kWh pro 2-Personen-Haushalt.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



SDG 10

Weniger Ungleichheiten

- Die REWE Group in Österreich hat ihr Inklusionsengagement 2025 weiter ausgebaut und zahlreiche Preise dafür erhalten. Insgesamt waren bei der REWE Group in Österreich 1.090 Mitarbeiter:innen mit Behinderungen beschäftigt.
- Um Menschen mit Behinderungen, Neurodivergenzen und ihre Unterstützer:innen zu fördern, wurde das interne Netzwerk „IN.klusion“ ins Leben gerufen. Es ermöglicht einen sicheren Raum für Austausch und Aufklärung.
- Im Jahr 2025 hat BILLA die Beschäftigungsquote von 4 % für die Jahre 2024 und 2025 erreicht – mehr als 900 Mitarbeiter:innen mit Behinderungen waren bei BILLA 2024 tätig. Zudem wurde wieder die Inklusionswoche bei BILLA umgesetzt, bei der Menschen mit Behinderungen praktische Einblicke in den Arbeitsalltag bekommen konnten.
- Auch queere Personen hat die REWE Group in Österreich 2025 unterstützt. BIPA war erneut Partner der Vienna Pride und des Pride Runs, BILLA hat diverse Veranstaltungen der LGBTQIA+ Community unterstützt.

Siehe Fokusthemen: Mitarbeiter:innen, Gesellschaftliches Engagement



SDG 12

Nachhaltiger Konsum und Produktion

- Die REWE Group in Österreich setzt mit ihren Eigenmarken im Bio- und plant-based-Bereich ein starkes Zeichen für bewussten Konsum und baut das Angebot kontinuierlich aus. Auch die regionale Herkunft der Produkte spielt bei den Eigenmarken eine entscheidende Rolle.
- Alleine bei BILLA, BILLA PLUS, den BILLA Kaufleuten und im BILLA Online-Shop ist der Nettoumsatz von Bio-Artikeln im Vergleich von 2024 und 2025 mehr als dreimal so stark gestiegen wie der konventionelle Nettoumsatz.
- BILLA bietet seit 2020 als einziger Lebensmitteleinzelhändler in Österreich ausschließlich Frischfleisch zu 100 % aus Österreich an – ein klares Bekenntnis zur heimischen Landwirtschaft.
- Nose-to-Tail: Die Tierwohlprogramme bei BILLA zeichnen sich durch eine optimierte Planungssicherheit für die Partnerbetriebe aus. Es werden nicht nur die Edelteile, sondern die ganzen Tiere abgenommen.

Siehe Fokusthemen: Bio & Regionalität, Plant-Based, Tierwohl, Lebensmittelrettung



SDG 13

Maßnahmen zum Klimaschutz

- Das Bekenntnis der REWE Group in Österreich zu wissenschaftsbasierten Klimazielen orientiert sich klar am Ziel des Pariser Klimaabkommens: der Begrenzung der Erderwärmung auf 1,5 Grad.
- Im Vergleich zum Vorjahr (2024) konnten die THG-Emissionen im Bereich Scope 1¹ und 2² insgesamt um 6 % reduziert werden.
- Um Innovationsprojekte weiter voranzutreiben, setzt die REWE Group in Österreich auf Partnerschaften – u. a. mit dem Climate Lab und dem klimaaktiv Pakt 2030.
- Auch erfolgte 2025 die Einreichung der Validierung zum Beitritt der Science Based Target Initiative (SBTi).
- Bei sämtlichen Neubauten von BILLA und PENNY wird CO₂ als Kühlmittel verwendet³ - 2025 war das bereits bei rund 23 % der Märkte der Fall.

Siehe Fokusthema: Klimaschutz



SDG 15

Leben an Land

- Die REWE Group in Österreich macht sich für den Natur- und Artenschutz stark. Allen voran durch die gemeinnützige Privatstiftung Blühendes Österreich von BILLA und der mit der Vogelschutzorganisation BirdLife Österreich, die 2025 ihr 10-jähriges Bestehen feierte.
- Für den langjährigen Beitrag zum Naturschutz wurde Blühendes Österreich vom Verband für gemeinnütziges Stiften als Stiftung des Jahres 2025 geehrt.
- Mit der Spendeninitiative „Dein Pfand fürs Land“ bietet BILLA seit Mai 2025 seinen Kund:innen die Möglichkeit, Naturschutzprojekte von Blühendes Österreich mit ihrer Pfandspende zu unterstützen. Gespendet werden kann direkt am Automaten – durch diesen niederschweligen Vorgang konnten 2025 mehr als 320.000 Euro gesammelt werden. Damit werden das Wiederbeweidungsprojekt „Wilde Weiden“ im Weinviertel und ein Beweidungsprojekt in den Hundsheimer Bergen in Niederösterreich finanziert.

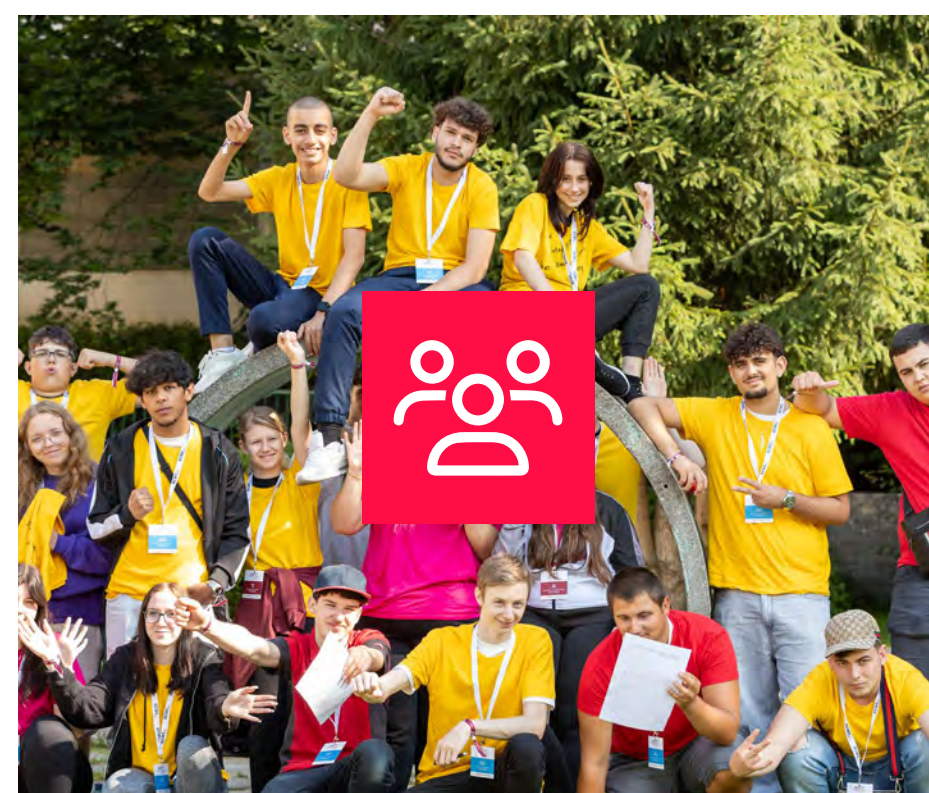
Siehe Fokusthemen: Natur- und Artenschutz, Klimaschutz

¹ Scope 1 = Direkte Emissionen wie jene aus Energieträgern an den Standorten des Unternehmens und eigene Fuhrparks.

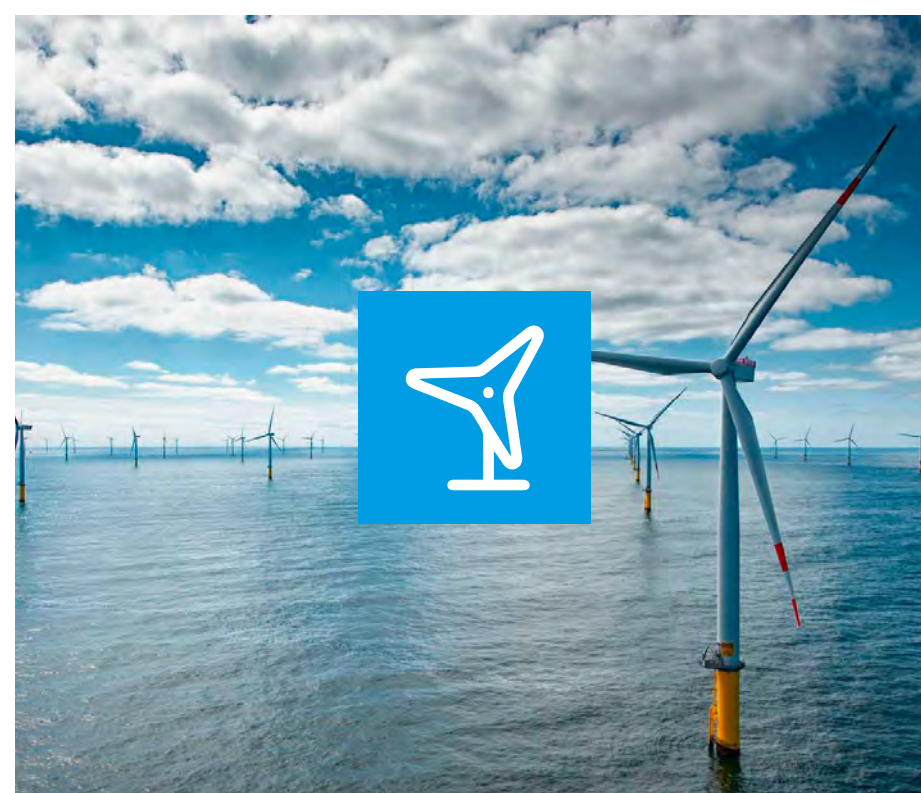
² Scope 2 = Indirekte Emissionen (im Eigentum und nicht im Eigentum) wie indirekte Treibhausgasemissionen aus eingekaufter Energie, darunter Strom, Wasserdampf, Fernwärme oder -kälte.

³ In Ausnahmefällen kann aufgrund von Sicherheitsvorschriften ein anderes Kühlmittel zum Einsatz kommen.

FOKUSTHEMEN



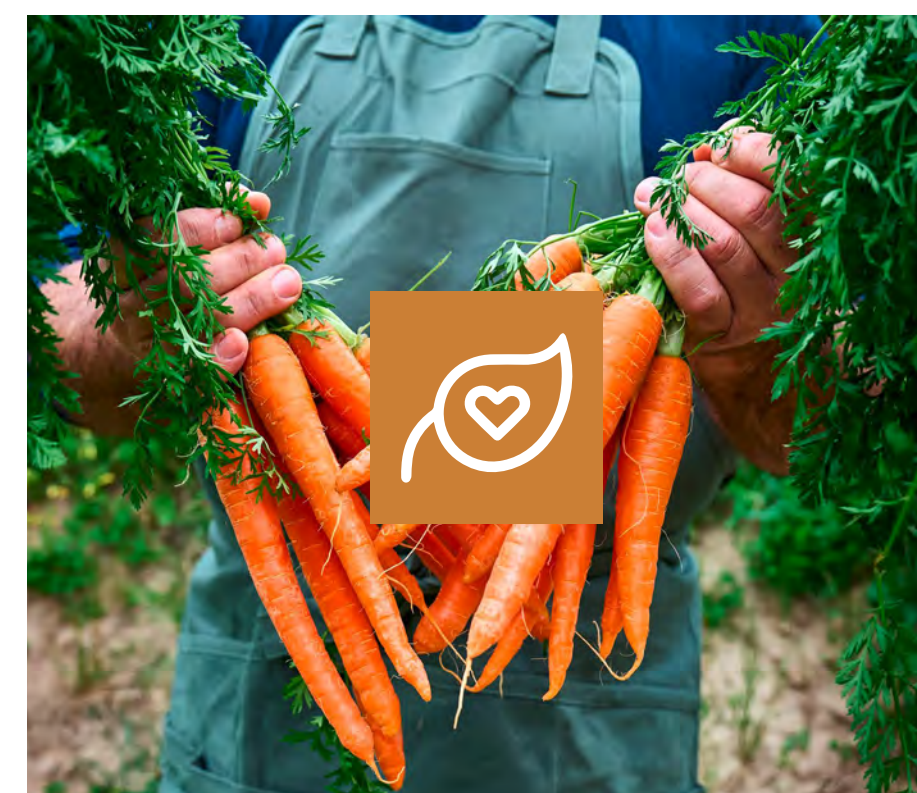
▶ MITARBEITER:INNEN



▶ KLIMASCHUTZ



▶ LEBENSMITTELRETTUNG



▶ BIO UND REGIONALITÄT



▶ TIERWOHL

**Wir reden
nicht nur über
Nachhaltigkeit.
Wir handeln.**



▶ PLANT-BASED



▶ RESSOURCENSCHONUNG



▶ NATUR- UND ARTENSCHUTZ



▶ GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Wir reden nicht nur über Inklusion. Wir handeln:

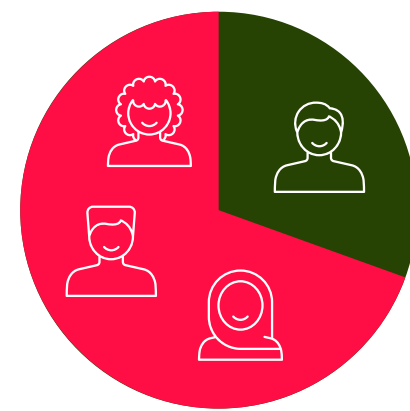


„Als einer der größten Arbeitgeber in Österreich sind wir stolz darauf, Inklusion täglich zu leben und ein sicheres Arbeitsumfeld für alle zu schaffen.“

Maria Bordei
Stv. Marktmanagerin BILLA PLUS

MITARBEITER:INNEN

BILLA wurde 2025 für sein Inklusions-Engagement ausgezeichnet, BIPA machte mit der „Ehrlich gesagt“-Kampagne Tabus rund um das Thema Frauengesundheit sichtbar.



69,5% Frauen

Frauenanteil an der Gesamtbelegschaft in der REWE Group in Österreich

Mit 45.169 Mitarbeiter:innen im Jahr 2025 zählt die REWE Group in Österreich zu den größten Arbeitgeber:innen des Landes. 69,5 % der Belegschaft, also etwa 31.000 Fachkräfte, sind Frauen. Um weibliche Karrieren gezielt sichtbar zu machen und den Austausch zu fördern, wurde im Mai 2025 das „Women’s Inspiration Networking“ (WIN)-Interview Format ins Leben gerufen. In monatlichen Online-Interviews berichten Frauen in Führungspositionen der REWE Group in Österreich – von der Teamleitung bis zur Geschäftsführung und Vorständin – über ihren Werdegang und die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.

Frauen*netzwerk f.ernetzt

Das im März 2024 gegründete REWE-interne Frauen*netzwerk „f.ernetzt“ ermöglicht die gezielte Vernetzung und Förderung von Mitarbeiterinnen und unterstützt gegenseitiges Empowerment. Neben dem kontinuierlichen Austausch bietet das Netzwerk auch themenspezifische Veranstaltungen, wie eine Frauengesundheitsveranstaltung mit über 130 teilnehmenden Mitarbeiterinnen.

In Vorträgen wurde dabei über Themen wie Menstruation und Zyklus am Arbeitsplatz sowie Selbstfürsorge gesprochen und die neuesten Ergebnisse der BIPA-Frauengesundheitsstudie präsentiert, die sich unter anderem auch an Männer richtet.



Unser Frauen*netzwerk, „f.ernetzt“, organisierte in 2025 eine Frauengesundheitsveranstaltung für Mitarbeiterinnen.

88 % der Frauen, aber nur die Hälfte der Männer in Österreich haben Interesse am Thema Frauengesundheit. Ihr Wissensstand zu Schwangerschaft, Pubertät oder Verhütungsmethoden ist deutlich geringer als jener von Frauen, das zeigt die repräsentative Studie.

Neben Wissenslücken werden darin auch Tabus aufgedeckt: Inkontinenz liegt hier auf Platz eins, dicht gefolgt von Sexualität bzw. Intimität – rund ein Fünftel der Bevölkerung adressiert diese Themen ungern. Die 2025 gestartete BIPA-Kampagne „Ehrlich gesagt“ setzt genau dort an und fördert eine aktive und offene Kommunikation. Auf den BIPA-Kanälen wird zudem verstärkt zu Themen wie Mental Load, Selbstbewusstsein und Empowerment sowie mentale Gesundheit aufgeklärt.

Kauffrauen bei ADEG

Das ADEG Kaufleute-Modell setzt gezielt auf die Förderung von Gleichstellung und unternehmerischer Vielfalt: Von den insgesamt 339 selbstständig geführten Märkten stehen 113 unter weiblicher Führung. Kauffrauen machen damit ein Drittel der ADEG Kaufleute aus. Dieser Trend setzt sich auch bei den Neu- und Umbaueröffnungen im Jahr 2025 fort: 6 der 18 neu eröffneten oder modernisierten Standorte

werden von Kauffrauen geführt. Mit ihren Märkten und ihrem täglichen Engagement leisten sie einen wesentlichen Beitrag zur Nahversorgung, Erhalt von Arbeitsplätzen und regionalen Entwicklung.



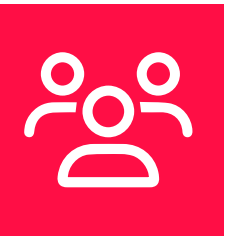
Unser Frauen*netzwerk „f.ernetzt“ ermöglicht die gezielte Vernetzung und Förderung von Mitarbeiterinnen.



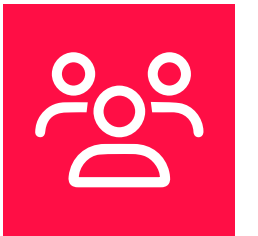
DITO steht für „different together“. Unser LGBTQI+ Netzwerk wurde 2013 innerhalb der REWE Group gegründet und setzt sich für ein wertschätzendes Umfeld für Mitarbeiter:innen unterschiedlicher sexueller Identitäten ein.



Unser internes Netzwerk „IN.klusion“ wurde für Menschen mit Behinderungen, Neurodivergenzen und Unterstützer:innen ins Leben gerufen.



MITARBEITER:INNEN



EIN DRITTEL UNSERER ADEG MÄRKTE WIRD VON SELBSTSTÄNDIGEN KAUFFRAUEN GEFÜHRT.



BILLA BESCHÄFTIGT ÜBER 900 MITARBEITER:INNEN MIT BEHINDERUNGEN IN ÖSTERREICH.



SKILLSFACTORY25: LEHRLINGE NAHMEN AUS GANZ ÖSTERREICH GEMEINSAM MIT TOP-FÜHRUNGSKRÄFTEN AN WORKSHOPS ZUR PERSÖNLICHKEITSENTWICKLUNG TEIL.

1/3

DER ADEG KAUFLEUTE IST WEIBLICH

Kostenlose Periodenprodukte für BIPA-Mitarbeiter:innen

Seit April 2025 stellt BIPA allen Mitarbeiter:innen österreichweit Gutscheine für kostenlose Periodenprodukte der Marke BI COMFORT zur Verfügung. Diese decken den gesamten jährlichen Bedarf ab. Damit möchte BIPA auch mehr Raum für das Thema Menstruation am Arbeitsplatz schaffen. Im Rahmen der Initiative „Ehrlich gesagt“ setzt BIPA zudem gezielt Maßnahmen

zur Enttabuisierung von frauenspezifischen Gesundheitsthemen um und stärkt mit regelmäßigen Veranstaltungen für Mitarbeiter:innen sowie Kund:innen das Bewusstsein für gesellschaftliche Gleichstellung.

Engagement für Lehrlinge

2025 waren 2.300 Lehrlinge bei der REWE Group in Österreich in Ausbildung. Mit der SkillsFactory25 wurde auch 2025 ein Event zur Förderung persönlicher und sozialer Kompetenzen veranstaltet. Im Rahmen der zweitägigen Veranstaltung im Sommer nahmen 590 Lehrlinge aus allen Bundesländern und Handelsfirmen in Schladming an einem vielseitigen Programm mit insgesamt 30 Workshops zu unterschiedlichen Themenbereichen teil. So setzten sich die Lehrlinge mit zentralen Erfolgsfaktoren für eine gute Zusammenarbeit im Team auseinander und reflektierten ihr eigene Rolle

und Umgangsformen. In weiteren Workshops sprachen sie über Mobbing sowie über Themen wie Zivilcourage, Rassismus und Homophobie. Sie konnten sich ihren eigenen Stärken, Bedürfnissen und ihrer beruflichen Zukunft widmen oder über Naturschutz diskutieren.

Gründung Netzwerk IN.klusion

Bei der REWE Group in Österreich waren im Jahr 2025 1.090 Mitarbeiter:innen mit Behinderungen beschäftigt. 2025 wurde das interne Netzwerk „IN.klusion“ für Menschen mit Behinderungen, Neurodivergenzen und Unterstützer:innen ins Leben gerufen. Ziel des Netzwerks ist es, einen sicheren Raum für Mitarbeitende mit Behinderungen zu schaffen, Austausch und Aufklärung zu ermöglichen und Berührungspunkte abzubauen. Die Auftaktveranstaltung fand im Dezember 2025 statt und bot Impulse für Führungskräfte der REWE Group in

Österreich, unter anderem durch eine Keynote zum Thema „Inclusive Leadership“. Wichtig ist, Inklusion nicht als individuelle Förderung zu verstehen, sondern als systematische Aufgabe der Organisation. Ein inklusiver Führungsstil ist dabei ein zentraler Hebel sozialer Nachhaltigkeit und schafft Sicherheit, Zugehörigkeit und Innovation.

Inklusion bei BILLA

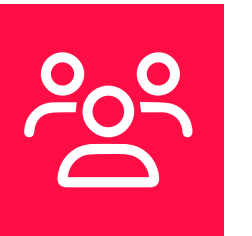
Mehr als 900 Mitarbeiter:innen mit Behinderungen waren im Jahr 2024 bei BILLA tätig. Damit erreicht der Lebensmitteleinzelhändler die Beschäftigungsquote von 4 % für das Jahr 2024 und 2025. Auch 2025 konnten Menschen mit Behinderung im Rahmen der Inklusionswoche in die Arbeit bei BILLA hineinschnuppern und die verschiedenen Abteilungen kennenlernen. Entsprechende Angebote gab es in mehreren Bundesländern.

Das Inklusionsengagement der REWE Group in Österreich wurde im Jahr 2025 mit verschiedenen Preisen gewürdigt: So verlieh das Land Oberösterreich den Inklusionspreis des Landes „Fliegender Fisch“ für die Inklusionswochen bei BILLA und PENNY. BILLA erhielt zudem im Rahmen des HR Awards 2025 für die BILLA Inklusionswochen Silber in der Kategorie „Diversity & Sustainability“ sowie Gold bei dem Employer Branding Award 2025 für das Projekt „Hashtag#VerstecktePotenziale“.

900

MEHR ALS 900 MITARBEITER:INNEN MIT BEHINDERUNGEN WAREN 2024 UND 2025 BEI BILLA BESCHÄFTIGT

MITARBEITER:INNEN



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
REWE Group Österreich	Mitarbeitende ¹	Gesamtanzahl Mitarbeiter:innen je Berichtsjahr.	45.657	45.249	45.169	Mitarbeiter:innen
REWE Group Österreich	Lehrlinge ¹	Anzahl Lehrlinge je Berichtsjahr.	2.300	2.550	2.300	Lehrlinge
REWE Group Österreich	Menschen mit Behinderungen ²	Behindertenquote: Anteil Menschen mit Behinderung unter den Mitarbeiter:innen in Vollzeitäquivalente je Berichtsjahr.	2,1	2,4	2,4	%
REWE Group Österreich	Menschen mit Behinderungen	Anzahl Menschen mit Behinderungen unter den Mitarbeiter:innen je Berichtsjahr.	949	1.094	1.090	Menschen mit Behinderungen
REWE Group Österreich	Frauenanteil	Frauenanteil an der Gesamtbelegschaft in der REWE Group in Österreich je Berichtsjahr.	71,5	70,1	69,5	%
REWE Group Österreich	Frauenanteil ³	Frauenanteil auf Vorstandsebene (LE1) je Berichtsjahr.	-	0	0	%
REWE Group Österreich	Frauenanteil ³	Frauenanteil Vorstandsdirektion & Geschäftsführung (LE2 - Vertrieb & Zentrale).	-	8,0	9,7	%
REWE Group Österreich	Frauenanteil ³	Frauenanteil auf der Ebene Bereichsleitung (LE3 - Vertrieb & Zentrale) je Berichtsjahr.	-	29,2	30,3	%
REWE Group Österreich	Frauenanteil ³	Frauenanteil auf der Ebene Gruppenleitung (LE4 - Vertrieb & Zentrale) je Berichtsjahr.	-	39,4	39,4	%
REWE Group Österreich	Frauenanteil ³	Frauenanteil auf der Ebene Teamleitung (LE5 - Vertrieb & Zentrale) je Berichtsjahr.	-	27,8	27,3	%

¹ Umfasste Teilorganisationen: Handelsfirmen, Touristik, Verwaltung, Logistik, Verwaltung, etc. in Österreich

² exkl. ADEG Kaufleute

³ Aufgrund der Einführung des Leitungsebenenkonzeptes und der Harmonisierung von Führungspositionen im Zuge des Projektes REWE Jobwelt im Jahr 2024, werden nur die Zahlen ab dem Jahr 2024 dargestellt.



Wir reden nicht nur über das Klima. Wir handeln:

KLIMASCHUTZ

Mit Partnerschaften und gezielten Initiativen trägt die REWE Group aktiv zum Klimaschutz bei und setzt sich für das Ziel der Netto-Null-Emissionen bis 2050 ein.



„Bei unseren Märkten bieten wir unseren Kund:innen bereits mehr als 600 Ladepunkte und arbeiten an der Elektrifizierung unseres Fuhrparks.“

Markus Mokosch
Betriebsleiter REWE Fuhrpark
Wiener Neudorf

Die REWE Group in Österreich bekennt sich klar zu wissenschaftsbasierten Klimazielen und orientiert sich dabei am Ziel des Pariser Klimaabkommens: der Begrenzung der Erderwärmung auf 1,5 Grad. Das Ziel ist es, bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen.

Die REWE Group ist im März 2024 zur Science Based Target Initiative (SBTi) beigetreten, 2025 erfolgte die Einreichung zur Validierung. Ein wesentlicher Schwerpunkt liegt auf der Reduktion von Emissionen – insbesondere entlang der Lieferkette (Scope 3¹), wo der überwiegende Teil der Treibhausgasemissionen anfällt.

6%

WENIGER THG-EMISSIONEN IN SCOPE 1, 2 UND 3 ERZIELTE DIE REWE GROUP IN ÖSTERREICH IM VERGLEICH ZUM VORJAHR (2024)

Im Vergleich zum Vorjahr (2024) konnte die REWE Group in Österreich ihre THG Emissionen im Bereich Scope 1² und 2³ insgesamt um 6 % reduzieren.

Zu wichtigen Partnerschaften zählen jene mit dem Climate Lab und dem klimaaktiv Pakt 2030. Ersteres bietet BILLA eine Plattform mit Unternehmen, die gemeinsam voneinander lernen und Innovationsprojekte auf unterschiedlichen Ebenen entwickeln und vorantreiben. Letzteres ist Österreichs Klimapakt für Großbetriebe, der gemeinsam mit dem Bundesministerium für Klima- und Umweltschutz ins Leben gerufen wurde – mit der REWE Group in Österreich als Gründungsmitglied. Durch die Teilnahme am klimaaktiv Pakt setzen sich engagierte Unternehmen das ehrgeizige Ziel, ihre Treibhausgase (Fokus liegt hier auf direkten betrieblichen Emissionen in AT) bis 2030 im Vergleich zu 2005 um mindestens 50 % zu reduzieren (REWE sogar -60 %).

22,5%

DER MÄRKTE NUTZEN CO₂ ALS KÜHLMITTEL IN 2025

CO₂ als Kühlmittel im Einsatz bei BILLA und PENNY Neubauten

Als Kältemittel mit dem geringsten Treibhausgaspotenzial wird in allen Neubauten von BILLA inkl. BILLA Kaufleute Märkte und PENNY CO₂ als Kühlmittel⁴ verwendet. 2025 nutzten bereits rund 23 % der Märkte CO₂ als Kältemittel. Damit möchte die REWE Group in Österreich den Scope-1-Treibhausgasemissionen – zu denen entweichendes Kältemittel als treibender Faktor zählt – entgegenwirken.

Photovoltaikanlagen und 100 % erneuerbarer Strom

Seit mehr als 15 Jahren setzt die REWE Group in Österreich Maßnahmen, um den Energieverbrauch kontinuierlich zu senken. Weiters kommt seit 2008 die elektrische Energie für die Märkte, Zentralen und Lager zu 100 % aus erneuer-

baren Quellen wie Wasserkraft, Sonnenenergie, Windenergie oder Biomasse⁵. Zusätzlich wird verstärkt auf den Ausbau von Photovoltaikanlagen gesetzt. Bis Ende 2025 wurden 420 Photovoltaikanlagen auf den Märkten und Zentralstandorten installiert. Das entspricht einer Leistung von 44 MWp – also dem jährlichen Strombedarf von rund 14.000 Haushalten in Österreich.⁶

44 MWp

PHOTOVOLTAIKLEISTUNG DECKT DEN STROMBEDARF VON RUND 14.000 HAUSHALTEN JÄHRLICH



Photovoltaikanlage auf dem Dach des BILLA Marktes in der Pilotengasse.

1 Scope 3 = Indirekte Emissionen (nicht im Eigentum) wie der Einkauf von Rohstoffen, Dienstreisen, Transportdienstleistungen sowie die Nutzung und Entsorgung verkaufter Produkte.
2 Scope 1 = Direkte Emissionen wie jene aus Energieträgern an den Standorten des Unternehmens und eigene Fuhrparks.
3 Scope 2 = Indirekte Emissionen (im Eigentum und nicht im Eigentum) wie indirekte Treibhausgasemissionen aus eingekaufter Energie, darunter Strom, Wasserdampf, Fernwärme oder -kälte.
4 In Ausnahmefällen kann aufgrund von Sicherheitsvorschriften ein anderes Kühlmittel zum Einsatz kommen.
5 Bei einzelnen Märkte in z.B. Bahnhöfen haben wir keinen Einfluss auf Stromversorgung (<1 % des Stromverbrauchs).
6 Berechnungsgrundlage: Jährlicher Stromverbrauch von 3.100 kWh pro 2-Personen-Haushalt.

KLIMASCHUTZ



BIPA

2025 WAREN BEI DER REWE GROUP IN ÖSTERREICH 4 E-LKWS IM EINSATZ.



PENNY.

PENNY ERÖFFNETE 2025 EINE GREENPASS ZERTIFIZIERTE FILIALE IN WEIDEN AM SEE.



BILLA

DIE BILLA STIFTUNG BLÜHENDES ÖSTERREICH UNTERSTÜTZT NATURSCHUTZ SOWIE KLIMA- UND NATURBILDUNG MIT IHREN PROJEKTEN.

E-Mobilität

E-Mobilität ist ein weiterer wichtiger Bereich. 2025 standen 613 Ladepunkte bei den Märkten für die Kund:innen bereit. Der Anteil der Dienstwagen mit E-Antrieb der Mitarbeiter:innen in den Lagern und Zentralen betrug mit Jahresende rund 27 %.



4 E-LKWs im Einsatz

Nach der erfolgreichen Erprobung von E-LKWs in den vergangenen Jahren, waren Ende 2025 4 E-LKWs für die Belieferung von Märkten im Einsatz. 2026 sollen 5 weitere E-LKWs hinzukommen.

Greenpass Zertifizierung

Seit vielen Jahren werden die Standorte nach verschiedenen Standards für Energieeffizienz und Klimawandelanpassung zertifiziert. Eine von ihnen ist die Greenpass Zertifizierung, die entsprechende Maßnahmen wie Begrünung und Bodenversiegelungsreduktion für Klimaresilienz voraussetzt. 2025 waren bereits 50 BILLA und BILLA PLUS mit Greenpass zertifiziert sowie eine im Oktober 2025 eröffnete PENNY Filiale in Weiden am See.

Interner CO₂-Preis

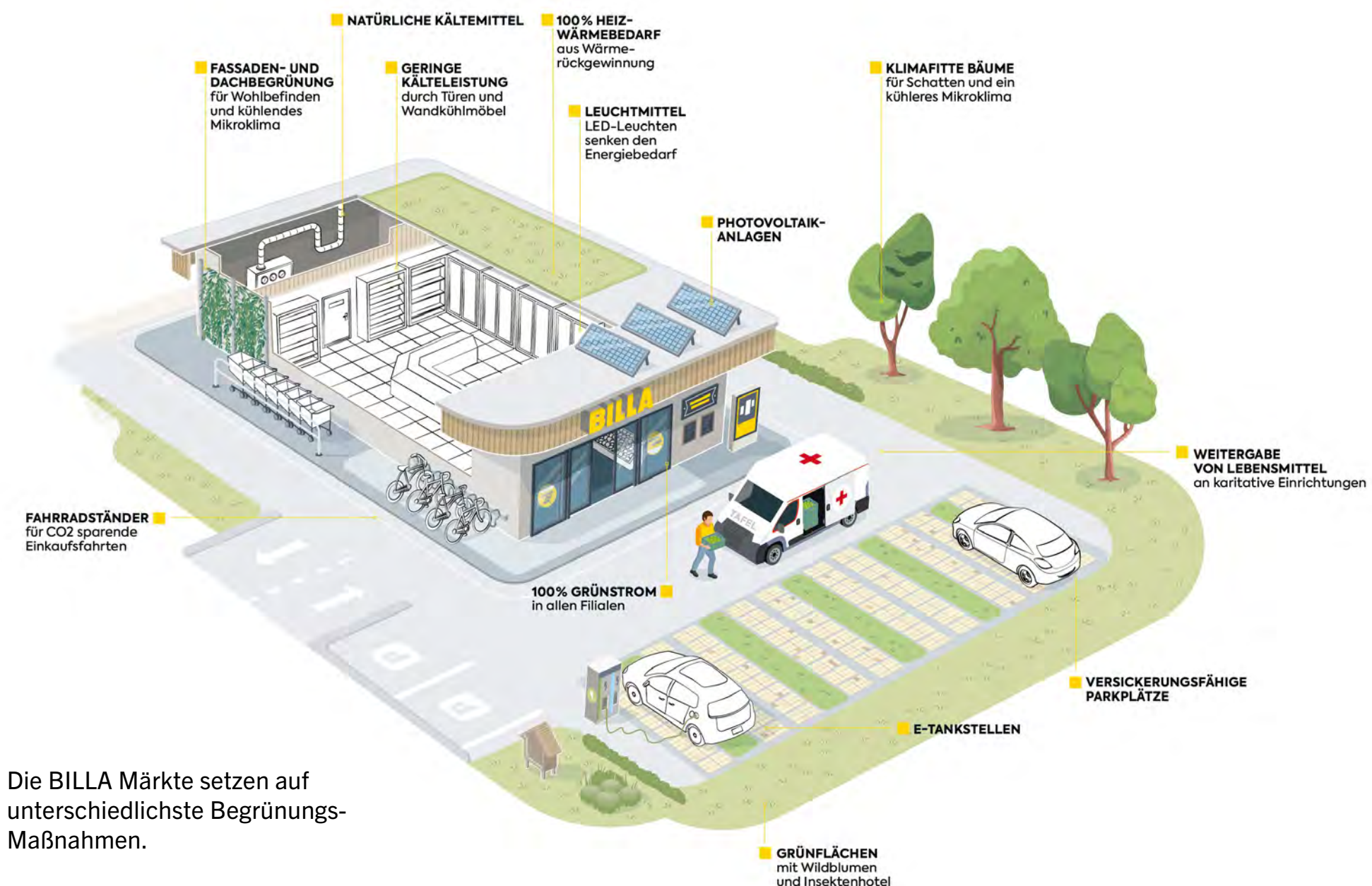
Als weitere Maßnahme wurde ein interner CO₂-Preis als Pilotprojekt initiiert. Dieser wurde als Schattenpreis für ausgewählte Investitionen im Bereich Scope 1 und 2 bei BILLA angewendet. Der interne CO₂-Preis hilft beim Antizipieren von externen CO₂-Kosten (Kostenrisiko) und bei der kosteneffizienten Steuerung der Klimaziele.

Mitarbeiter:innen-Sensibilisierung

BILLA hat 2025 ein Mitarbeiter:innenprogramm für Klima- und Naturschutz gestartet. Dieses Programm beinhaltet u. a. regelmäßige Podcasts, einen Fact der Woche oder Schulungsprogramme und dient zur Wissensvermittlung und Weiterbildung.

Torffreie Erde

Für den Schutz von Moorlandschaften hat BILLA 2025 das gesamte Erdensortiment umgestellt und bietet ausschließlich torffreie Produkte in den Märkten an.



Die BILLA Märkte setzen auf unterschiedlichste Begrünungsmaßnahmen.

KLIMASCHUTZ



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
REWE Group Österreich	Ziel zur Energieeffizienz	Bis 2030 wollen wir unseren Stromverbrauch je Quadratmeter Verkaufsfläche (in kWh/m ²) in Österreich gegenüber 2019 um 10% senken. Ziel wurde bereits erreicht.	-10,7	-12,1	-15,0	%
REWE Group Österreich	Ziel zum fossilen Wärmeverbrauch	Bis 2030 wollen wir unseren fossilen Wärmeverbrauch in Österreich gegenüber 2019 um 20% senken. Ziel wurde bereits erreicht.	-10,9	-16,9	-21,2	%
REWE Group Österreich	Treibhausgasbilanz ¹	Summe Treibhausgasemissionen Scope 1 und Scope 2 (market based) je Berichtsjahr.	100.265 ²	97.899 ²	92.336	tCO ₂ -Äqu.
REWE Group Österreich	Photovoltaikanlagen ³	Kumulative Anzahl aller installierten Photovoltaikanlagen in Filialen und Zentralstandorte.	291	346	420	Anlagen
REWE Group Österreich	Photovoltaikanlagen ³	Anlageleistung aller installierten Photovoltaikanlagen in Filialen und Zentralstandorte.	27.324	33.328	44.269	kWp
REWE Group Österreich	E-Mobilität Mitarbeitende	Anteil der E-Autos am Gesamtbestand der Dienstwagen im Fuhrpark.	-	-	27,0	%
REWE Group Österreich	E-Ladepunkte	Kumulative Anzahl der Ladepunkte an Märkten für Kund:innen (größtenteils DC-Schnellladestationen).	273	490	613	Ladepunkte
BILLA	Greenpass Zertifizierung	Kumulative Anzahl der Greenpass-zertifizierten Märkte.	23	42	50	Absolute Anzahl
REWE Group Österreich	Kältemittel	Anteil Märkte bei BILLA (inkl. Kaufläden) und PENNY, in denen die gesamte vorhandene Kälteanlage mit CO ₂ als Kältemittel betrieben wird. ⁴	12,5	18,3	22,5	%

¹ Umfasste Emissionen: Alle Emissionen in Österreich der Handelsfirmen, Touristik, Verwaltung, Logistik, Verwaltung, etc. Korrektur im Jahr 2024: BILLA- und ADEG-Kaufläden wurden zur Scope 3 Kategorie 14 (Franchise) verschoben.

² Die Daten wurden nachträglich korrigiert.

³ Summe der durch EHA und REWE Group betriebenen PV-Anlagen.

⁴ exkl. steckerfertige Kühlmöbel



Wir reden nicht nur über Lebensmittelrettung. Wir handeln:



„Gemeinsam mit unseren Kund:innen sorgen wir dafür, dass Lebensmittel nicht verschwendet werden – unter anderem mit unserem beliebten Rettersackerl.“

Arbenita Nue
Mitarbeiterin PENNY

LEBENSMITTELRETTUNG

Bei der REWE Group in Österreich wird Lebensmittelrettung großgeschrieben – das unterstreicht eine Vielzahl an neuen sowie bewährten Initiativen, die 2025 umgesetzt wurden.

Im Jahr 2025 hat die REWE Group in Österreich mehr als 25 Millionen Mahlzeiten-Äquivalente¹ aus seinen BILLA, BILLA PLUS (über 23 Mio.) und PENNY Märkten (über 2 Mio.) an soziale Organisationen weitergegeben. Gelungen ist dies durch ein dichtes Netz an regional verankerten Partnerbetrieben und Organisationen, an die Lebensmittel und Güter des täglichen Bedarfs gespendet werden. Fast alle Standorte von BILLA, BILLA PLUS, PENNY und BIPA arbeiteten 2025 mit entsprechenden Kooperationspartner:innen (darunter Team Österreich Tafel des Österreichischen Roten Kreuzes, Caritas, Sozialmärkte von SOMA & Partner) zusammen.

Auch etwa ein Drittel der ADEG Kaufleute spendet Lebensmittel, die einwandfrei sind, aber nicht mehr verkauft werden können. Viele der ADEG Kaufleute verarbeiten Lebensmittel zu Produkten wie Aufstrichen oder Knödel weiter, bieten ADEG Rettersackerl an oder versorgen Landwirtschaftsbetriebe in der Umgebung. Darüber hinaus bindet die REWE Group in Österreich auch ihre Kund:innen laufend in Initiativen zur Rettung von Lebensmitteln ein. Ein Beispiel sind „Lebensmittel sind wertvoll“-Sticker, die kurz vor Erreichen des Mindesthaltbarkeitsdatums auf Produkte geklebt werden.

25.780.500

MAHLZEITEN-ÄQUIVALENTE AUS 2025
GESPENDETEN LEBENSMITTELN

Pilotprojekt zur Rettung von Frischfleisch

Von April bis Ende Dezember 2025 hat BILLA erstmals ein umfassendes Pilotprojekt gestartet, um Frischfleisch an karitative Organisationen zu spenden. Daran teilgenommen haben ausgewählte BILLA und BILLA PLUS Märkte. Das Spenden von frischem Fleisch ist aus Haltbarkeits- und Haftungsgründen eine besondere Herausforderung – insbesondere im Hinblick auf das Einhalten der lückenlosen Kühlkette. Das Projekt wurde gemeinsam mit der Tafel Österreich und der Lebensmittelbehörde erarbeitet und gestartet. Insgesamt konnte 1 Tonne Frischfleisch an die Tafel Österreich gespendet werden.

Nach dem Bekenntnis zu 100 Prozent Fleisch aus Österreich übernimmt BILLA damit in diesem sensiblen Bereich eine klare Vorreiterrolle im österreichischen Lebensmittel-einzelhandel. Erfolgreich weiterverfolgt wurde 2025 auch das Projekt, im Rahmen

dessen Brot und Backwaren, die weder verkauft noch gespendet werden konnten, zu hochwertigem Tierfutter verarbeitet werden. Dadurch konnten allein letztes Jahr 2.736 Tonnen Brot und Gebäck weiterverwendet werden.

1 Tonne

FRISCHFLEISCH BEI PILOTPROJEKT
GESPENDET

BILLA Kaufleute geben Lebensmitteln eine zweite Chance

Im BILLA Markt von Kauffrau Sandra Art in Forchtenstein und im BILLA Markt von Kauf-



frau Bernadette Reindl am Attersee werden aus nicht verkauftem, aber qualitativ einwandfreiem Weißgebäck Semmelbrösel hergestellt. Kaufmann Kurt Akalin in Winzendorf setzt eine Trockenebelanlage ein, um Obst und Gemüse zu befeuchten und länger frisch zu halten. Der BILLA Markt in Zurndorf von Kaufmann Hans-Peter Halasz kooperiert mit Lieferant:innen, um Fruchtaufstriche aus überschüssigen Bananen, Orangen und Trauben herzustellen.

Ja! Natürlich verwertet wertvolle Bio-Rohstoffe

Basierend auf der Idee „alles nutzen, nichts verschwenden“ hat Ja! Natürlich 2025 Suppenfonds in die heimischen Regale gebracht. Sie werden aus hochwertigen Zutaten hergestellt,

¹ Die Anzahl der Mahlzeiten wird anhand des Gewichts der überschüssigen, weitergegebenen Lebensmittel an Sozialorganisationen berechnet. Das Gewicht dividiert durch 0,42 (0,42 kg entsprechen ca. 1 Mahlzeit) ergibt die Anzahl der Mahlzeiten-Äquivalente.

LEBENSMITTELRETTUNG



BILLA

JA! NATÜRLICH NUTZT UNGENUTZTE, HOCHWERTIGE RESSOURCEN, UM DARAUSS GESCHMACKVOLLE SUPPENFONDS HERZUSTELLEN.



PENNY.

MIT PARTNER:INNEN, WIE DER „TEAM ÖSTERREICH TAFEL“ ODER „DIE TAFEL ÖSTERREICH“, RETTEN BILLA, BIPA UND PENNY WERTVOLLE LEBENSMITTEL.



BILLA

BILLA UND PENNY GEBEN SEIT 2013 GEMEINSAM MIT KUND:INNEN OBST UND GEMÜSE MIT KLEINEN SCHÖNHEITSFEHLERN EINE ZWEITE CHANCE.

die bei der Zubereitung anderer Ja! Natürlich Produkte entstehen und sind in den 4 Sorten Gemüse, Fisch, Huhn und Rind erhältlich. Suppengemüse, Weiderind-Knochen, Wiesenhendl-Karkassen oder Fischkarkassen von heimischen Salmoniden werden so zu geschmackvollen Fonds weiterverarbeitet und zeigen, wie Resteverwertung und Genuss Hand in Hand gehen.

Wunderlinge

Mit der Eigenmarke „Wunderlinge“ retten BILLA, PENNY und ADEG Obst und Gemüse mit kleinen Schönheitsfehlern – egal, ob zu klein, groß oder krumm. Das Angebot variiert abhängig von der Saison. 2025 wurden bei BILLA und PENNY rund 5.335 Tonnen Obst und Gemüse unter der Eigenmarke Wunderlinge verkauft und damit mehr als im Vorjahr (2024: 4.603 Tonnen).

Rettersackerl in den Filialen

Mit den sogenannten Rettersackerl setzen PENNY, ADEG und BILLA ein wichtiges Zeichen für Ressourcenschonung. In den Sackerln befindet sich frisches Obst und Gemüse, das lediglich kleine optische Makel aufweist bzw. keine Originalverpackung mehr hat. So erhalten Kund:innen 3 bis 3,5 Kilogramm einwandfreies Obst und Gemüse, das – je nach Überbeständen oder Verpackungsschäden – täglich in den Märkten frisch zusammengestellt wird. Ziel ist es, möglichst viele noch haltbare und hochwertige Lebensmittel zu retten. 2025 wurden bei BILLA, BILLA PLUS, PENNY, ADEG und BIPA (inkl. Too Good To Go Sackerl) mehr als 1,5 Mio. Sackerl verkauft. Zusätzlich bietet BILLA auch Gebäck-Rettersackerl, von denen 2025 rund 273.800 verkauft wurden.

„Too Good To Go“ bei BIPA und ADEG

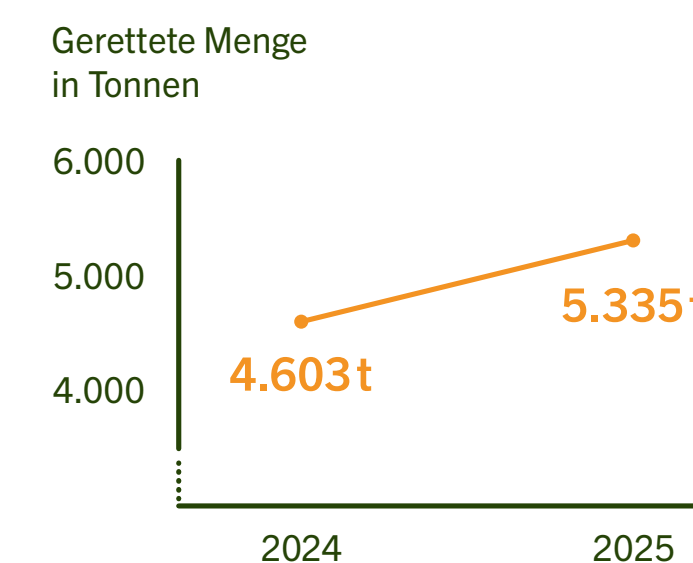
Im September 2023 ging BIPA als europaweit erster Drogeriefachhändler mit „Too Good To Go“ eine Kooperation zur Rettung von Lebensmitteln ein. Die Kooperation besteht mit nahezu allen BIPA Filialen und wurde 2025 erweitert. So können seither auch Überraschungssackerl mit Leckereien für Hunde und Katzen über die „Too Good To Go“-App reserviert und in der jeweiligen Filiale abgeholt werden. 2025 wurden rund 24.000 Sackerl abgeholt. Zudem sind die klassischen „Too Good To Go“-Sackerl auch in ausgewählten ADEG Märkten über die App zur Abholung verfügbar.

In einem herausfordernden Umfeld mit zuletzt gestiegenen Abfallmengen testet die REWE Group in Österreich in ersten Märkten zusätzliche Maßnahmen zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen.

Laut einer Studie im Auftrag von WWF Österreich

aus dem Jahr 2020 entsorgen private, österreichische Haushalte ca. 521.000 Tonnen pro Jahr – damit fällt knapp die Hälfte Food Waste in diesen Bereich. Sinnvolle Gegenmaßnahmen können zum Beispiel sein:

- Wochenplan erstellen und 3 bis 5 Hauptmahlzeiten für die Woche im Voraus planen.
- Einkaufsliste schreiben: Zutaten für geplante Mahlzeiten, Jause und Snacks ergänzen (nach Vorratskammer-Check).
- Mahlzeiten mit schnell verderblichen Lebensmitteln zuerst verkochen.
- Einen Tag für die „Restküche“ reservieren: BILLA Rezepte u.v.m. gibt es [hier](#).



Gerettetes Obst und Gemüse durch die Eigenmarke Wunderlinge bei BILLA und PENNY

LEBENSMITTELRETTUNG



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
BILLA	Ziel zur Lebensmittelrettung	BILLA setzte sich 2024 zum Ziel 40 % weniger Lebensmittelabfälle bis 2030 im Vergleich zum Basisjahr 2019 zu erreichen.	-22 ¹	-34 ¹	-23 ²	%
BILLA	Lebensmittelabfälle ³	Lebensmittelabfälle von BILLA: Alle Lebensmittel, die weder gerettet, gespendet oder für den tierischen Verzehr weiterverarbeitet wurden. Inkl. BILLA Kaufleute (40 Märkte in 2025).	23.094	19.463	22.665	Tonnen
PENNY	Lebensmittelabfälle ⁴	Lebensmittelabfälle von PENNY: Alle Lebensmittel, die weder gerettet noch gespendet wurden.	-	4.582	4.745	Tonnen
REWE Group Österreich	Wunderlinge ⁵	Gerettetes Obst und Gemüse durch die Eigenmarke „Wunderlinge“ bei REWE Group Österreich (Summe aus BILLA und PENNY).	4.905	4.603	5.335	Tonnen
BILLA	Lebensmittelspenden ⁶	Absolute Menge der gespendeten Lebensmittel an Sozialorganisationen je Berichtsjahr bei BILLA. Inkl. BILLA Kaufleute (40 Märkte im Jahr 2025).	5.069	7.413	9.662	Tonnen
PENNY	Lebensmittelspenden	Gesamte Menge der durch Lebensmittelspenden an karitative Sozialorganisationen geretteten Lebensmittel je Berichtsjahr bei PENNY.	-	1.042	1.166	Tonnen

1 Prozentsätze wurden geringfügig angepasst aufgrund einer alternativen Nachberechnung im vergangenen Jahr.

2 Im Jahr 2025 kam es zu einem Anstieg von Lebensmittelabfällen trotz bestehender und neuer Lebensmittelrettungsmaßnahmen. Ursachen dafür sind die Einführung des Einwegpfandsystems im Getränkebereich und fehlender öffentlicher Lösung, bei Getränkespenden den Pfandbetrag rückerstattet zu bekommen; gleichzeitig möchten wir Kund:innen optimale Frische und Warenverfügbarkeit im Vollsortiment bieten um Ansprüchen und Erwartungen gerecht zu werden, was zusammen mit einem herausfordernden, wirtschaftlichen Jahr zu mehr Lebensmittelabfällen geführt hat. Maßnahmen, um noch mehr Lebensmittel im Getränke- und Frischebereich zu retten werden evaluiert und zukünftig getestet.

3 Berechnungslogik nach öffentlichem BMLUK Reporting. Für die vorangegangenen Jahre der Meldepflicht (2022 bis Q4 2023) fehlen für einen geringen %satz an Produkten die Gewichte in unseren Systemen; fehlende Gewichtsdaten wurden geschätzt / Mittelwerte aus Produktkategorien berechnet und inkludiert. Seit 2025 sind auch Lebensmittelabfälle der BILLA Kaufleute inkludiert.

4 Nach öffentlichem BMLUK Reporting aus den Abschreibungen.

5 Summe der bei BILLA und PENNY verkauften Mengen an Wunderlinge-Produkten.

6 Für die vorangegangenen Jahre der Meldepflicht (2022 bis Q4 2023) fehlen für einen geringen Prozentsatz an Produkten die Gewichte in unseren Systemen; fehlende Gewichtsdaten wurden geschätzt / Mittelwerte aus Produktkategorien berechnet und inkludiert.

LEBENSMITTELRETTUNG



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
BILLA	Lebensmittelrettung: Rettersackerl ¹	Anzahl der BILLA Obst und Gemüse; und Brot und Gebäck Rettersackerl.	82.0535	1.245.987	1.406.360	Sackerl
BILLA	Lebensmittelrettung: Tierfuttermittelverarbeitung	Weiterverarbeitung von Brot- und Backwaren, die weder verkauft noch gespendet werden konnten, zu hochwertigem Tierfuttermittel.	40 ²	1.741	2.736	Tonnen
BIPA	Lebensmittelrettung „Too Good To Go“	Anzahl der über die Kooperation mit „Too Good To Go“ verkauften Sackerl mit geretteten Lebensmitteln.	7.247 ³	24.105	23.868	Sackerl
BILLA	Lebensmittelrettung ⁴	Gesamte Menge an geretteten Lebensmitteln je Berichtsjahr bei BILLA. Inkl. der BILLA Kaufleute. Maßnahmen der Lebensmittelrettung: Spenden an Sozialorganisationen, Spenden an Landwirt:innen, Rettersackerl (Obst und Gemüse, Gebäck), Wunderlinge, Weiterverarbeitung von Produkten in den Märkten (Salatbar), Tierfuttermittelverarbeitung.	14.266	19.437	21.642	Tonnen
PENNY	Lebensmittelrettung: Rettersackerl	Anzahl verkaufter Rettersackerl (eingeführt im Mai 2023).	25.448	128.531	97.876	Sackerl

¹ Im Jahr 2025 wurden auch die BILLA Kaufleute erstmalig berücksichtigt.

² Die Initiative wurde 2023 ins Leben gerufen.

³ Die Kooperation begann im Jahr 2023.

⁴ Für die vorangegangenen Jahre der Meldepflicht (2022 bis Q4 2023) fehlen für einen geringen %satz an Produkten die Gewichte in unseren Systemen; fehlende Gewichtsdaten wurden geschätzt/Mittelwerte aus Produktkategorien berechnet und inkludiert. Anteilige Spenden an Landwirt:innen werden anhand der Anzahl von Kooperationen geschätzt. Seit 2025 sind auch gerettete Mengen der BILLA Kaufleute inkludiert.



Wir reden nicht nur über Bio. Wir handeln:



„BILLA baut sein Bio-Angebot weiter aus, die Nachfrage ist ungebrochen. Im Rindfleischsegment liegt der Bio-Anteil beispielsweise schon bei 29 %.“

Klaudia Atzmüller
Bereichsleitung BILLA Eigenmarken und Geschäftsführerin Ja! Natürlich

BIO UND REGIONALITÄT

Mit ihrem Engagement für Regionalität und Bio sorgt die REWE Group in Österreich für Wertschöpfung bei heimischen Betrieben und stärkt die biologische Landwirtschaft.

Regionalität und hohe Bio-Standards zählen seit Jahrzehnten zur DNA der REWE Group in Österreich. Als Lebensmittelhändler sehen wir, dass Herkunft und Produktionsbedingungen von Lebensmitteln für die Kund:innen immer wichtiger werden. Alleine bei BILLA, BILLA PLUS, den BILLA Kaufleuten und im BILLA Online-Shop ist der Nettoumsatz von Bio-Artikeln im Vergleich von 2024 und 2025 mehr als dreimal so stark gestiegen wie der konventionelle Nettoumsatz. Trotz wirtschaftlich herausfordernder Zeiten lag der Bio-Anteil 2025 bei BILLA und BILLA PLUS bei 12 % und 12,7 % - in einzelnen Produktkategorien sogar noch deutlich höher: Etwa bei Gebäck in Bedienung (58 %), Vollmilch (31 %), Gemüse (29 %), Rindfleisch (29 %) oder Eiern (26 %).

BILLA arbeitet mit 2.500 österreichischen Lieferant:innen zusammen, von denen rund 1.400 sogar regional und lokal liefern¹. Pro Bundesland stellt der REWE Großhandel den ADEG Kaufleuten eine Auswahl von 200 bis 500 regionalen Produkten zur Verfügung². Das sind pro Bundesland zwischen 10 und 95 Lieferant:innen.

3x

SO STARKES WACHSTUM VON BIO-UMSATZ IM VERGLEICH ZUM KONVENTIONELLEN BEREICH³

Die Kaufleute bei BILLA und ADEG leben Regionalität

Die Kaufleute sind in ihren Regionen tief verwurzelt und pflegen enge Kontakte zu lokalen Betrieben. Im Jahr 2025 feierte die „Arbeitsgemeinschaft der Einkaufsgenossenschaften“ (kurz: ADEG) ihr 130-jähriges Bestehen und trägt speziell in ländlichen Gebieten mit ihren Märkten zur Sicherstellung der Nahversorgung bei. Neben dem eigenen vielfältigen regionalen Sortiment bieten die über 180 ADEG Kaufleute mit ihren mehr als 350 Märkten österreichweit eine Auswahl aus mehr als 1.800 Bio-Produkten aus dem REWE Großhandel-Sortiment ihren Kund:innen an.

130 Jahre

GELEBTE NAHVERSORGUNG MIT ADEG

Ja! Natürlich bringt Innovationen aus Österreich ins Regal

Seit mehr als 30 Jahren steht Ja! Natürlich für höchste Bio-Standards im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel. Die Eigenmarke geht in vielen Bereichen über die gesetzlichen Bio-Vorgaben hinaus – darüber hinaus sind alle Produkte zu 100 % palmölfrei. 2025 brachte der Bio-Pionier den ersten heimischen Bio-Kombucha auf Brennnesseltee-Basis in den Handel. Das Bio-Erfrischungsgetränk enthält keine künstlichen Zusätze und wird zu 100 % aus heimischen Bio-Zutaten in Österreich hergestellt.



BILLA Bio

Seit 2021 ergänzt die BILLA Eigenmarke BILLA Bio das Bio-Sortiment und bietet seither trendige Produkte für eine bewusste Ernährung im Alltag. Die Produkte stehen für geprüfte Bio-Qualität zu

attraktiven Preisen und werden gemäß EU-Bio-Verordnung ohne Gentechnik sowie ohne unnötige Zusatzstoffe hergestellt. Fleischprodukte stammen aus artgemäßer und kontrollierter Bio-Tierhaltung. Zudem sind die Artikel zu 100 % palmölfrei. 2025 hat BILLA das Frühstückssortiment von BILLA Bio ausgebaut und Neuheiten wie den glutenfreien Haferdrink oder Beluga-Linse-Balsamico Aufstrich aufgenommen.

Regionalität und biologische Standards bei BIPA

BIPA bietet seinen Kund:innen im Drogeriebereich zahlreiche regionale und biologische Produkte, die mit transparenten Hinweisen auf den Verpackungen gekennzeichnet sind. Alle Produkte, die Bio-zertifiziert sind oder mindestens ein Gütezeichen tragen, welches im Gütesiegel-Guide von Greenpeace als vertrauenswürdig bewertet wurde, sind mit einem grünen Preisetikett versehen. Insgesamt trifft das im Jahr 2025 auf mehr als 1.700 Artikel zu. BIPA achtet insbesondere bei Drogerieprodukten seiner Eigenmarke bi good darauf, wo die Artikel produziert werden. 80 % der Produkte, die unter dieser Marke verkauft werden, werden in Österreich hergestellt.

¹ Definition: Jeder Artikel aus Österreich, von dem die wertbestimmenden Rohstoffe aus Österreich stammen. Lokal/Lokalität = Produktionsstandort innerhalb eines 30 km Radius; Regional/Regionalität = Produktionsstandort im gleichen Bundesland;
² Regional/Regionalität = Produktionsstandort im gleichen Bundesland; Lokal=Lokale Sortimente kaufen die Kaufleute direkt bei den Produzent:innen ein.
³ BILLA, BILLA PLUS, BILLA Kaufleute und BILLA Online-Shop.

BIO UND REGIONALITÄT



IM JAHR 2025 FEIERTE ADEG IHR 130-JÄHRIGES BESTEHEN.



BEI DEN BILLA REGIONALITÄTSMESSEN HABEN MEHR ALS 300 LIEFERANT:INNEN IHRE REGIONALE VIELFALT PRÄSENTIERT.



80 % DER BI GOOD PRODUKTE WERDEN IN ÖSTERREICH HERGESTELLT.

PENNY sorgt im Diskont-Sektor für regionale und biologische Produkte

Der Marken-Diskonter verzichtet bewusst auf Flugobst – also exotisches Obst, das via Flugzeug importiert wird. Ziel dieser Maßnahme ist es, die entlang des Transportweges verursachten Emissionen so niedrig wie möglich zu halten. Unter der Eigenmarke **ECHT BIO!** gibt es bei PENNY seit 2005 hochwertige Lebensmittel in Bio-Qualität. Verschiedenste Grundnahrungsmittel, Obst, Gemüse und Molkereiprodukte, die unter der Eigenmarke geführt werden, stammen von Produzent:innen aus Österreich und der EU. PENNY bietet auch mit über 450 „Ich bin Österreich“-Eigenmarkenprodukten seit mehr als 10 Jahren eine große Auswahl an 100 % heimischen Qualitätsprodukten zu günstigen Preisen.

100 % Österreich bei BILLA

BILLA setzt auf die Zusammenarbeit mit der österreichischen Landwirtschaft. Produktgruppen wie Frischeier, Trinkmilch, **Frischfleisch**, Käse, Brot und Gebäck kommen zu 100 % aus Österreich, ausgenommen sind bestimmte internationale Spezialitäten wie der herkunftsgeschützte Parmesan. Die 2025 gestartete BILLA Eigenmarke **„Omis Schmankerl“**, die Klassiker der traditionellen österreichischen Küche anbietet, zeichnet sich dadurch aus, dass das Fleisch zu 100 % aus Österreich kommt – bei einigen Produkten sogar in **„Fair zum Tier!“**-Qualität. Zudem sind alle Produkte frei von Geschmacksverstärkern. 2025 ist es gelungen, die zu 100 % in Österreich entwickelte und angebaute Erdäpfelsorte **„Benjamin“** unter der Eigenmarke **„Da komm' ich her!“** auf den Markt zu bringen. „Benjamin“ wird von 5 Produzent:innen in Niederösterreich und im Burgenland angebaut.

Auf allen „Da komm' ich her“-Verpackungen wird stets das Bundesland des Anbaus dargestellt – auch mittels Fähnchen des Bundeslandes.

BILLA Regionalitätsmessen 2025

Bei den BILLA Regionalitätsmessen in Oberösterreich, Niederösterreich, Wien, Salzburg, der Steiermark und dem Burgenland haben mehr als 300 Lieferant:innen ihre regionale Vielfalt präsentiert. Im Mittelpunkt stand der persönliche Austausch zwischen Lieferant:innen, Marktmanager:innen und Vertriebsverantwortlichen.

BILLA und BILLA PLUS im Greenpeace Marktcheck

BILLA und BILLA PLUS konnten 2025 in den von der Umweltorganisation Greenpeace Österreich durchgeführten **Marktchecks** erneut überzeugen. Zum einen erreichte BILLA PLUS im

Marktcheck Schweinefleisch dank Bio-Angebot und Fleisch aus besserer Tierhaltung den ersten Platz. Sämtliches Schweinefrischfleisch, das bei BILLA und BILLA PLUS erhältlich ist, stammt zu 100 % aus Österreich. Im Marktcheck Naturjoghurt punktet BILLA mit dem angebotenen Sortiment an tierischen und rein pflanzlichen Joghurts und erzielte den ersten Platz. Zu Bio und Regionalität siehe auch Fokusthema **Tierwohl**.



2025 brachte Ja! Natürlich den ersten heimischen Bio-Kombucha in den Handel.

Wir reden nicht nur über Regionalität. Wir handeln:



„Unsere Kund:innen wollen wissen, woher ihre Lebensmittel kommen. Bei BILLA finden sie Produkte von insgesamt rund 1.400 lokalen & regionalen Lieferant:innen“

Wolfgang Gartner
Leiter Regionaleinkauf BILLA

BIO UND REGIONALITÄT



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
BILLA	Bio-Anteil ¹	Bio-Anteil am Bruttoumsatz bei BILLA.	11,3	11,7	12,0	%
BILLA PLUS	Bio-Anteil ¹	Bio-Anteil am Bruttoumsatz bei BILLA PLUS.	12,0	12,3	12,7	%
BILLA	Ja! Natürlich	Anzahl Ja Natürlich Landwirt:innen für tierische und pflanzliche Produkte.	-	3.751	3.741	Anzahl Landwirt:innen
BILLA	Ja! Natürlich ²	Anteil Ja! Natürlich am gesamten Nettoumsatz bei BILLA* je Berichtsjahr.	8,0	8,1	8,3	%
BILLA	Da komm' ich her!	Anteil „Da komm' ich her!“ am gesamten Nettoumsatz bei BILLA* je Berichtsjahr.	2,6	2,5	2,5	%
BILLA	BILLA Bio	Anteil BILLA Bio am gesamten Nettoumsatz bei BILLA* je Berichtsjahr.	1,2	1,3	1,5	%
PENNY	ECHT BIO!	Anteil ECHT BIO! am gesamten Nettoumsatz bei PENNY je Berichtsjahr.	2,2	2,5	2,7	%
PENNY	ECHT BIO!	Anzahl ECHT BIO! Artikeln im Sortiment bei PENNY je Berichtsjahr.	90	101	117	Artikelanzahl
PENNY	Ich bin Österreich	Anteil „Ich bin Österreich“ am gesamten Nettoumsatz bei PENNY je Berichtsjahr.	19,4	18,2	19,5	%
BIPA	bi good	Anzahl bi good Artikel im Sortiment bei BIPA je Berichtsjahr.	241	248	235	Anzahl Produkte

¹ Food, Getränke und Frische

² Anteil am Nettoumsatz bei BILLA, BILLA PLUS, BILLA Kaufleute, BILLA Online-Shop.

* Bei Zahlen 2024 und 2023: Aufgrund einer Änderung der Warengruppenstruktur beim Datenlieferanten NielsenIQ wurden die Zahlen rückwirkend angepasst, um die Vergleichbarkeit mit dem Jahr 2025 sicherzustellen.

**Wir reden nicht
nur über Tierwohl.
Wir handeln:**

TIERWOHL

**BILLA baut seine Vorreiterrolle im Tierwohlbereich auch 2025 aus:
Die Tierwohlprogramme sind weitergewachsen und verbessern die
konventionelle Nutztierhaltung.**



Ob Rind, Kalb, Schwein, Hendl, Pute, Ente, Gans, Wild oder Lamm – BILLA bietet seit 2020 als einziger Lebensmitteleinzelhändler in Österreich ausschließlich Frischfleisch zu 100 % aus Österreich an. Ein klares Bekenntnis zur heimischen Landwirtschaft. Darüber hinaus erhalten Kund:innen seit 2023 in allen BILLA und BILLA PLUS Märkten bei Frischfleisch in Bedienung ausschließlich Fleisch in Tierwohl-Qualität. Die Produkte entsprechen im konventionellen Bereich den „Fair zum Tier!“-Standards oder unseren höchsten Ja! Natürlich Bio-Standards. Bei BILLA bekommen Kund:innen ein breites Tierwohl-Sortiment geboten, bei BILLA PLUS sogar das größte Österreichs.

Die Tierwohlprogramme zeichnen sich durch eine verbesserte Planungssicherheit für die Partnerbetriebe aus, da nicht nur die Edelteile, sondern die ganzen Tiere abgenommen und – Nose to Tail – verarbeitet werden.

32 %

ANTEIL VON „FAIR ZUM TIER!“ AM
GESAMTEN NETTO-VERKAUFSWERT
DES FRISCHFLEISCHES

Verstärkte Tierwohl-Kontrollen

Zur weiteren Optimierung der Tierwohlstandards hat BILLA 2025 neben den jährlich stattfindenden Kontrollen, zusätzliche Schwerpunktkontrollen in der Rinderhaltung durchgeführt. Der Fokus lag auf der tiergerechten Verladung und dem Transport sowie auf Kontrollen bei den Schlachtbetrieben. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf Rohstoff- und Produktqualität. Ausgewählte Schlachtbetriebe wurden auf Hygienemaßnahmen und Schlachtkörperqualität geprüft. Zusätzlich hat BILLA in den Bereichen Milchvieh, „Fair zum Tier!“-Rind und Eier Schwerpunktkontrollen durch externe Auditor:innen vorgenommen. Die Audits umfassten die Prüfung der Tiertransporte vom landwirtschaftlichen Betrieb bis zum Schlachthof und lieferten wichtige Erkenntnisse zur Verbesserung des Tierwohls.

Frischeier zu 100 % aus Österreich

Die Qualitätsmanager:innen der REWE Group in Österreich führen jährlich zusätzlich zu den kontinuierlichen Kontrollen im Legehennenbereich eine Überprüfung der Einhaltung der höheren Standards durch. Zur Herkunftssicherung wurden zusätzlich die relevanten Packstellen der Bio-Eigenmarken Ja! Natürlich und ECHT BIO!, sowie „Tonis Freiland-

eier“ besucht. Vor Ort wurden Proben der Eier und der gentechnikfreien Futtermittel gezogen und anschließend im Labor analysiert. Darüber hinaus fanden Kontrollen bei ausgewählten Landwirt:innen statt, um die Einhaltung der hohen Tierwohlstandards – wie mehr Platz, Beschäftigungsmaterial usw. – zu kontrollieren.

43.000.000

BIO-EIER KAMEN 2025 VON FREILAUFENDEN HÜHNERN AUS INSGESAMT 80 BIO-BAUERNHÖFEN VON JA! NATÜRLICH

Bestätigte Qualität der Haltungsstandards für Schweine

Großen Anklang findet das „Fair zum Tier!“-Programm auch bei den Landwirt:innen - 2025 wurden 47 zusätzliche Betriebe in das „Fair zum Tier!“-Mastschweineprogramm aufgenommen und das Sortiment erweitert. Besondere Anerkennung im Greenpeace Marktcheck bekam auch das BILLA-Angebot von Schweinefleisch aus besserer Tierhaltung: Sowohl BILLA als auch BILLA PLUS haben ihren Anteil an Tierwohl-Produkten massiv gesteigert und sind dafür verantwortlich, dass der Marktanteil von Fleisch aus besserer Haltung österreichweit

stark gewachsen ist. Besonders BILLA PLUS stach hervor und belegte Platz 1 im Ranking. Für sein innovatives Management und seine besonders tierfreundliche Stallhaltung ausgezeichnet wurde ein „Fair zum Tier!“-Mastschweinbetrieb aus Kärnten mit dem Ceres Award.

Tierwohl-Pionier Ja! Natürlich

Seit über 30 Jahren ist die Bio-Eigenmarke Ja! Natürlich Tierwohl-Pionier und verfolgt beim Frischfleisch Standards, die deutlich über den gesetzlichen EU-Bio-Vorgaben liegen – wie striktes Anbindeverbot und ständiger Freilauf. Die Ja! Natürlich Jungrinder und Milchkühe haben ganzjährig und rund um die Uhr Zugang zu einem befestigten Auslauf, der direkt an das Stallgebäude angeschlossen ist.

Die Bio-Betriebe werden regelmäßig von unabhängigen Kontrollstellen überprüft und liegen über den gesetzlich vorgeschriebenen Standards: Die Produzent:innen unterziehen sich neben den verpflichtenden Bio-Kontrollen zusätzlich eigenen Ja! Natürlich Qualitätskontrollen durch interne und externe Fachexpert:innen. Dieses engmaschige, mehrstufige Kontrollsystem wurde von Greenpeace als äußerst vertrauenswürdig und beispielgebend

„Tierwohl ist keine Nische mehr. 2025 haben wir bei BILLA im Frischfleisch-Segment einen Tierwohl-Anteil von mehr als 50 % erreicht.“

Gerald Fischer

Gruppenleiter Agrar- und Rohstoffmanagement, Qualitätsmanagement Frische, Ja! Natürlich, Billa Bio, Fair zum Tier, ECHT BIO!

TIERWOHL



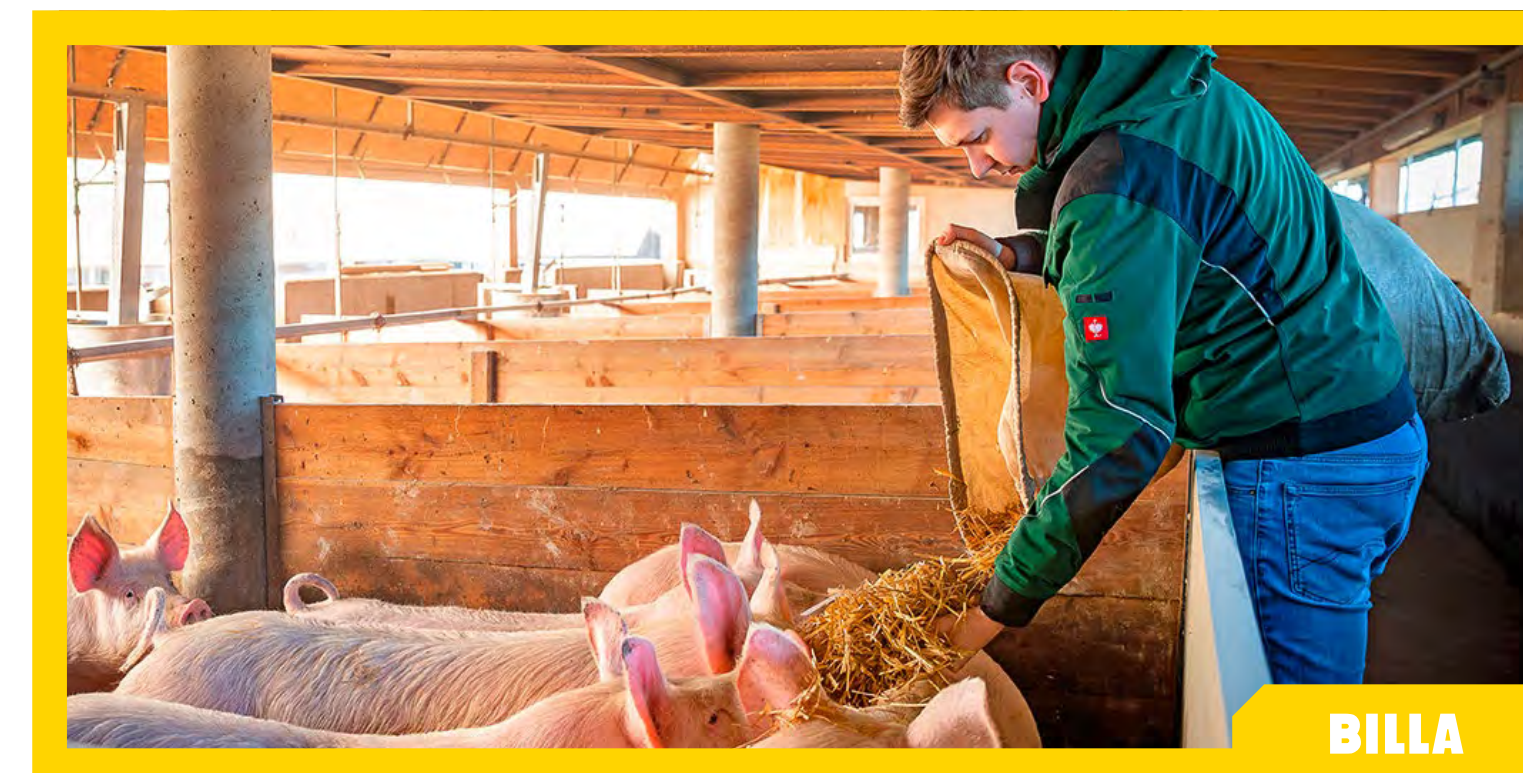
BILLA

SEIT 1988 LEBT TONIS FREILANDEIER ARTGEMÄSSE HÜHNERHALTUNG VOR.



BILLA

JA! NATÜRLICH GESCHÄFTSFÜHRUNG KLAUDIA ATZMÜLLER UND ANDREAS STEIDL MIT HAUBENKÖCHIN PARVIN RAZAVI BEI EINEM BIO-EVENT.



BILLA

DER „FAIR ZUM TIER!“ SCHWEINELANDWIRT MICHAEL SKUK WURDE BEIM CERES AWARD ALS SCHWEINEHALTER DES JAHRES AUSGEZEICHNET.

bewertet. Die Umweltschutzorganisation hebt im Gütezeichen-Guide die hohen Standards von Ja! Natürlich – die weit über das AMA-Bio-Siegel hinausgehen – positiv hervor.

Neben dem Einsatz von 100 % österreichischem Bio-Futtermittel, das in vielen Fällen von den Betrieben selbst erzeugt wird, verfolgt Ja! Natürlich den Anspruch, dass stets der nächstgelegene Schlachthof angefahren werden muss.

Neue Maßstäbe beim Bio-Rind

Das Ja! Natürlich Weidegenussrind garantiert Bio-Weiderindfleisch aus tiergerechter Weidehaltung in Österreich – gewonnen von Rindern im Durchschnittsalter von rund 26 Monaten. Die überwiegend graslandbasierte Fütterung wirkt sich positiv auf die Fleischqualität aus. Durch die Einhaltung höchster Tierwohlstandards, dezentraler Schlachtung sowie der gemeinsam mit der Landwirtschaft vereinbarten Jahresmengen entsteht ein planbares System.

Vorreiter in der Bio-Schweinehaltung

Das Ja! Natürlich Bio-Strohschwein, das neben großzügigem Stroheinstreu, ganzjährigem Auslauf und bestes Bio-Getreide im Futtertrog erhält, ist bei den Kund:innen seit über 25 Jahren besonders beliebt.

Zusammen mit der Universität für Bodenkultur Wien, Vier Pfoten und ausgewählten Schweine-Bäuer:innen aus dem Waldviertel hat Ja! Natürlich 2025 das Projekt „Freiland-Schweinehaltung“ initiiert. Einzigartig im österreichischen Lebensmittelhandel, setzt dieses neue Maßstäbe in der Haltung: Die Freilandschweine wachsen in freier Natur und sozialer Gemeinschaft auf.

Der Tierwohl-Standard und die hochwertige Produktqualität werden durch Produktionsrichtlinien und jährliche Kontrollen sichergestellt. Der definierte Landwirt:innen-Pool und die quartalsweise von Ja! Natürlich ausbezahlten Projektzuschläge garantieren eine ganzjährige Rohstoffverfügbarkeit. Die Schlachtung der Tiere erfolgt im Waldviertel. Zudem investiert Ja! Natürlich in Workshops und Schulungen für Landwirt:innen und den landwirtschaftlichen Nachwuchs.

„Fair zum Tier!“-Siegel

Das „Fair zum Tier!“-Siegel kennzeichnet Eigenmarkenprodukte, die aus konventioneller Tierhaltung mit höheren Tierwohlstandards kommen. Je nach Tiergattung unterscheiden sich die Haltungsstandards. Allen gemeinsam ist jedoch, dass sie mehr Platz und Auslauf als gesetzlich vorgeschrieben haben, das Futter zu 100 % gentechnikfrei ist und das dafür verwendete Soja aus Europa stammt. Zudem erfolgen die Kontrollen durch unabhängige Stellen. „Fair zum Tier!“-Puten haben beispielsweise auf überdachter Freifläche deutliche mehr Bewegungsfreiheit als ihre Artgenossen. In den Stallungen gibt es erhöhte Sitzebenen. Als Beschäftigungsmaterial werden Strohbälle zur Verfügung gestellt.



Tonis Freiland Eier

Bruderhahnaufzucht bei „Tonis Freiland Eiern“

Im Rahmen von „Fair zum Tier!“ hat die Eigenmarke „Tonis Freiland Eier“ bereits 2019 eine Bruderhahnaufzucht eingeführt, wie sie in Österreich nur in der Bio-Landwirtschaft Standard ist. Dadurch werden auch männliche Küken mit einer Mindestdauer von neun Wochen aufgezogen. Dies erfolgt in eigenen Betrieben, in denen den Küken Grünauslauf und ein Außenscharraum zur Verfügung steht. Für weitere Informationen siehe auch Fokusthema Bio und Regionalität.



Unser neues Hofstädtler „Fair zum Tier!“ STROHwohl Schwein Minischnitzel

TIERWOHL



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
BILLA	„Fair zum Tier!“ Frischfleisch ¹	Anteil von „Fair zum Tier!“ Frischfleisch am gesamten Netto-Verkaufswert der Fleischwaren bei BILLA je Berichtsjahr.	26	30	32	%
BILLA	„Fair zum Tier!“ Wurstwaren	Anteil von „Fair zum Tier!“ Frischfleisch am gesamten Netto-Verkaufswert der Wurstwaren bei BILLA je Berichtsjahr.	-	-	6,4	%
BILLA	Bio-Frischfleisch	Anteil der Bio-Frischfleisch am gesamten Netto-Verkaufswert von Frischfleisch bei BILLA je Berichtsjahr.	18	18	20	%
BILLA	Bio -Wurstwaren	Anteil der Bio-Wurst am gesamten Netto-Verkaufswert der Wurstwaren bei BILLA je Berichtsjahr.	-	-	4,3	%
BILLA	„Fair zum Tier!“ Milch und Milchprodukte	Anteil von „Fair zum Tier!“ Milch und Molkereiprodukten am gesamten Netto-Verkaufswert der Milch und Molkereiprodukte bei BILLA je Berichtsjahr (ohne Käse).	5,6	5,6	5,1	%
BILLA	„Fair zum Tier!“ Eier – Tonis Freiland Eier	Anteil von „Tonis Freiland Eier“ am gesamten Netto-Verkaufswert der Eier bei BILLA je Berichtsjahr.	11,2	11,3	10,1	%
BILLA	Ja! Natürlich Eier	Anteil von Ja! Natürlich am gesamten Netto-Verkaufswert der Eier bei BILLA je Berichtsjahr.	23,8	22,4	22,7	%
PENNY	ECHT BIO!	Nettoumsatz ECHT BIO! Milch und Molkereiprodukte und Käse am gesamten Netto-Verkaufswert der Milch und Molkereiprodukte und Käse bei PENNY je Berichtsjahr.	2,6	2,6	2,7	%

¹ Die Vorjahreszahl für 2024 wurde aufgrund einer nachträglichen Datenkorrektur angepasst.

Wir reden nicht nur über plant-based. Wir handeln:



„Wir sind stolz, dass wir bei Vegavita jetzt garantiert frei von Konservierungsstoffen, Geschmacksverstärkern, künstlichen Aromen oder Palmöl sind.“

Alexandra Abel
Expert Brand Communication
Vegavita

PLANT-BASED

Die älteste rein pflanzliche Eigenmarke des Landes, Vegavita, setzt auf Innovation und bringt mit seinem Fabeljau als erste Eigenmarke eine Fisch-Alternative auf Basis von Mykoprotein auf den Markt.

Eine bewusste Lebensweise gewinnt im Leben der Menschen in Österreich laufend an Bedeutung. Insbesondere Produkte und Lebensmittel auf Pflanzenbasis nehmen dabei eine Schlüsselrolle ein. Mit Vegavita setzte BILLA vor mehr als 20 Jahren einen zentralen Meilenstein im plant-based Bereich. Seither hat sich die Eigenmarke stetig weiterentwickelt und folgt damit den Veränderungen in der Gesellschaft. Die Zahl jener, die sich zur Gruppe der Flexitarier:innen zählen, wird größer und ist ein wesentlicher Treiber der Nachfrage nach rein pflanzlichen Produkten. Aktuell beläuft sich das Vegavita-Sortiment auf 89 rein pflanzliche Artikel – davon entsprechen 18 Bio-Standards (20 %). Zudem war ein Vegavita-Artikel das allererste Produkt, das in Österreich mit dem V-Label zertifiziert wurde.

2022 hat BILLA mit der Eröffnung von BILLA PFLANZILLA, dem europaweit ersten Store eines klassischen Lebensmittelhändlers mit rein pflanzlichem Sortiment, einen wahren Meilenstein gesetzt. Die Unverpackt-Station bei BILLA PFLANZILLA wurde 2025 auf 60 Bio-Artikel erweitert. Bei BILLA PLUS finden Kund:innen die größte rein pflanzliche Auswahl Österreichs, die mehr als 7.000 Produkte umfasst. Um das pflanzliche Sortiment preislich attraktiv zu gestalten, werden bei Warengruppenrabatten

auf tierische Produkte jeweils auch die pflanzlichen Pendant berücksichtigt. Bei Eigenmarken werden rein pflanzliche Rezepturen forciert, indem bestehende Rezepturen mit tierischen Bestandteilen zu genussvollen pflanzlichen Rezepturen überarbeitet werden. Auch BIPA setzt bei seiner Eigenmarke bi good auf pflanzliche Inhaltsstoffe – so sind aktuell 97 % der Produkte mit der Veganblume zertifiziert.



BEREITS IN JEDER 10. MILCH-PACKUNG STECKT EINE REIN PFLANZLICHE VARIANTE

Steuerliche Gleichstellung im Milchbereich

Pflanzliche Milch ist die bedeutendste Kategorie im plant-based Segment bei BILLA: Bereits in jeder 10. bei BILLA verkauften Milchpackung steckt eine rein pflanzliche Variante. BILLA fordert bereits seit 2022 die steuerliche Gleichstellung von tierischer Milch und pflanzlichen Alternativen. Um die steuerliche Ungleichbehandlung aufzuzeigen, schenkte BILLA seinen

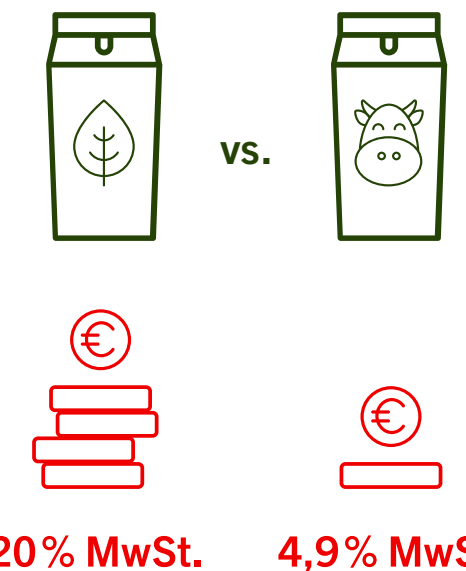
Kund:innen im Jänner 2025 anlässlich des Veganuaries wieder die Extra-Mehrwertsteuer auf alle pflanzlichen Drinks. Ein Angebot, das auch dieses Jahr sehr positiv angenommen wurde. Ab Juli 2026 verschärft sich die steuerliche Ungleichheit noch mehr: Pflanzliche Milch ist von der geplanten Mehrwertsteuersenkung auf ausgewählte Grundnahrungsmittel ausgenommen und unterliegt damit weiterhin dem Mehrwertsteuersatz von 20 %. Tierische Milch hingegen wird dann nur mehr mit 4,9 % besteuert.

Das ganze Jahr über werden in den rund 50 BILLA Marktküchen rein pflanzliche Speisen wie Burger und Bowls angeboten, die mindestens gleich günstig wie das tierische Pendant sind. Darüber hinaus wird den Kund:innen pflanzliche Milch selbstverständlich ohne Aufpreis zur Verfügung gestellt.



BILLA ist Gründungsmitglied im 2024 gegründeten Verein für Proteinvielfalt in Österreich und setzt sich für faire rechtliche und förderliche politische Rahmenbedingungen ein.

So wurde 2025 auf EU-Ebene diskutiert, ob Begriffe wie „pflanzliches Schnitzel“, „Veggie-Burger“ oder „veganes Würstel“ verboten werden sollen.



Steuerliche Ungleichheit von pflanzlichen Drinks und tierischer Milch (ab 1.7.2026)



Vegane Kabeljaufilet-Alternative von Vegavita.



PLANT-BASED



ALLE VEGAVITA PRODUKTE SIND ZU 100 % FREI VON GESCHMACKSVERSTÄRKERN, KONSERVIERUNGSSTOFFEN, KÜNSTLICHEN AROMEN, PALMÖL UND GEHÄRTETEN FETTEN.

MIT DEM „VEGAVITA FREI VON“-VERSPRECHEN SETZT BILLA NEUEN PLANT-BASED MEILENSTEIN.

PENNY FÜHRT UNTER „FOOD FOR FUTURE“ REIN PFLANZLICHE PRODUKTE.

BILLA spricht sich klar gegen ein solches Verbot aus, da für Konsument:innen eindeutige Produktbezeichnungen eine wichtige Orientierung sind und somit die Kaufentscheidung wesentlich erleichtern.

Plant-based Auswahl im BILLA Betriebsrestaurant ausgezeichnet

Im jährlichen Ranking der Veganen Gesellschaft Österreich mit der Fachzeitschrift AHGZ (vormals HGV Praxis), das in Fachkreisen viel Beachtung findet, erreichte das BILLA Betriebsrestaurant für das pflanzliche Angebot in der Gemeinschaftsverpflegung einen Spitzenrang: Den 2. Platz in der Kategorie „Eigenregie“ von insgesamt 18 teilnehmenden Betriebsrestaurants. Bewertet wurden pflanzliche Hauptgerichte, Beilagen, Nachspeisen und ob für pflanzliche Milch ein Aufpreis verlangt wird. Auch die Kommunikation des Angebots, die Gestaltung und Formulierung der Speisekarte, Aktionen wie der Veganuary und die Bepreisung wurden berücksichtigt.

Das „Vegavita Frei von“-Versprechen

Alle Artikel der rein pflanzlichen BILLA Eigen-

marke Vegavita sind frei von zugesetzten Konservierungsstoffen, Geschmacksverstärkern, künstlichen Aromen, Palmöl sowie gehärteten Fetten – das garantiert das „Vegavita Frei von“-Versprechen. Vegavita startete mit der Umstellung der Produktpalette im Jahr 2025, mit Jänner 2026 gilt das Versprechen für das gesamte Sortiment. Damit setzt BILLA neue Maßstäbe im Bereich des rein pflanzlichen Produktangebots.

Plant-based Produktneuheiten

Das pflanzliche Sortiment wurde 2025 um die folgenden Highlights ergänzt: Vegavita führt mit seinem Fabeljau als erste Eigenmarke ein Fisch-Pendant auf Basis von Mykoprotein, das aus Wurzelgeflecht von Pilzen besteht und sehr nachhaltig aus der Biomassefermentation gewonnen wird. Die beliebte Bio-Tempeh-Reihe aus ganzen fermentierten Bohnen von

Vegavita wurde weiter ausgebaut und mit dem Bio-Teriyaki-Geschnetzelten auf Basis von Bio-Sonnenblumenkernen und Bio-Ackerbohnenprotein wurde das erste Bio-Produkt im pflanzlichen Fleischbereich eingeführt. Erstmals gibt es auch pflanzliche Fischstäbchen aus Österreich, die mit heimischem Soja in Niederösterreich für Vegavita produziert werden. Die beliebten pflanzlichen Drinks wurden unter der Eigenmarke BILLA Bio um preiswerte Qualitätsprodukte erweitert. Die besonders proteinreichen Schinkeninnovationen von LEKKA sind in Österreich exklusiv bei BILLA und BILLA PLUS erhältlich.

Food for Future bei PENNY

Seit 2022 gibt es die vegane Eigenmarke Food for Future bei PENNY in Österreich. Im Fokus stehen dabei zahlreiche pflanzliche Milchprodukte und köstliche Hummus-Sorten.



Das pflanzliche Sortiment von Vegavita wurde 2025 mit neuen Highlights ergänzt.



Die pflanzlichen Schinkenvariationen von LEKKA sind in mehr als 1.000 BILLA und BILLA PLUS Märkten erhältlich.

PLANT-BASED



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
BILLA	rein pflanzliche Eigenmarkenartikel	Anzahl von Natur aus rein pflanzlicher Eigenmarkenartikel je Berichtsjahr.	1.200	1.233	1.340	Artikelanzahl
BILLA	rein pflanzliche Eigenmarkenartikel	Anzahl rein pflanzlicher Eigenmarkenartikel mit tierischem Pendant je Berichtsjahr.	495	559	629	Artikelanzahl
BIPA	rein pflanzliche Artikel	Anteil rein pflanzlicher Produkte unter den Lebensmitteln im Sortiment bei BIPA je Berichtsjahr.	18,7	24,5	25,4	%
BIPA	rein pflanzliche Artikel	Anzahl rein pflanzlicher Produkte unter den Lebensmitteln im Sortiment bei BIPA je Berichtsjahr.	194	320	417	Artikelanzahl

Wir reden nicht nur über Ressourcenschonung. Wir handeln:

RESSOURCENSCHONUNG



Die REWE Group in Österreich verfolgt zahlreiche Projekte zum verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen. 2025 stand u. a. das Recycling von Verpackungen im Fokus.



„Unser digitaler Sammelpass bei PENNY schafft zusätzliche Anreize zum Recycling. Denn jede zurückgebrachte Flasche und Dose schont wertvolle Ressourcen.“

Smaila Kozlica
Marktmanagerin PENNY

Anfang 2025 stand durch die Einführung des Einwegpfandsystems auch bei der REWE Group in Österreich das Recycling von Einwegpfandflaschen und -dosen im Mittelpunkt. Neben der Aufrüstung von Pfandautomaten wurden zusätzliche Maßnahmen ergriffen. PENNY hat als erster Discounter in Österreich einen digitalen Pfand-Sammelpass eingeführt. Basierend auf dem Prinzip „Jede zurückgebrachte Pfandflasche oder -dose wird belohnt“ erhalten Kund:innen für jedes retournierte Pfand-Gebinde einen Punkt. Wer 50 Punkte gesammelt hat, bekommt einen 10%-Rabattgutschein auf einen Einkauf.

Zudem können Kund:innen bei PENNY seit Mai 2025 Pfand spenden. Alle Spendeneinnahmen gehen an die PENNY Familien-Hilfsfonds des Österreichischen Roten Kreuzes. Der PENNY Familien-Hilfsfonds besteht seit 2011 und bietet dringend benötigte Soforthilfe für Familien mit Kindern in Not in Österreich. Im Rahmen der Spendenkampagne „Dein Pfand fürs Land“ können BILLA und BILLA PLUS Kund:innen ihr Pfand an die Naturschutzstiftung Blühendes Österreich spenden. Seit dem Start im April 2025 wurden bereits 321.804,93 Euro gesammelt, die in regionale Naturschutzprojekte in Österreich fließen.

ADEG Pfand-Sammeltasche

Um die leeren Pfandgebilde unkompliziert zu sammeln und zurückzugeben, hat ADEG 2025 an seine Kund:innen beim Kauf von Einweggebinden 40.000 Pfand-Sammeltaschen kostenlos ausgegeben. Damit stellen die ADEG Kaufleute eine wiederverwendbare Tasche für den täglichen Einkauf zur Verfügung und setzten einen zusätzlichen Anreiz für die Pfandrückgabe. Darüber hinaus bieten viele Kaufleute zusätzlich die Möglichkeit, mit einer Pfandbonspende Projekte oder Vereine aus der Region zu unterstützen.

40.000

PFAND-SAMMELTASCHEN VON ADEG
KOSTENLOS AN KUND:INNEN
AUSGEGEBEN

Reuse und Upcycling bei BIPA

BIPA bietet seinen Kund:innen eine wachsende Anzahl an Produkten, die ressourcenschonend hergestellt sind und hohe Umweltstandards erfüllen. So haben alle bi good Produkt-Verpackungen einen hohen Recyclinganteil: Tuben ohne Verschluss bestehen zu 60 %, falt-

schachteln zu über 90 % und Flaschen sogar zu 100 % aus recyceltem PET (ohne Verschluss und Etikett). Allein durch die bi good Bad- und Glasreiniger Nachfüllkapseln konnten von 2018 bis Ende 2025 mehr als 14 Tonnen Plastik eingespart werden.

14 Tonnen

PLASTIK VON 2018 BIS 2025
DURCH NACHFÜLLKAPSELN
INGESPART

Auch beim Umbau der BIPA Filialen wird auf Wiederverwendung geachtet: 2025 betrug der Re-use-Anteil bei Regalen 83 %.

Pilotprojekt: Lippenstift-Recycling bei BIPA

Im Rahmen eines innovativen Pilotprojekts zur Kreislaufwirtschaft hat BIPA gemeinsam mit der Altstoff Recycling Austria (ARA) und L'Oréal neue Wege für das Recycling von Kosmetikprodukten beschritten. Ziel des Projekts war es, Lippenstift-Abfall möglichst vollständig in den Wertstoffkreislauf zurückzuführen und daraus neue, hochwertige Materialien zu gewinnen.

83 %

DER REGALE WURDEN 2025 BEI BIPA
FILIALUMBAUTEN WIEDERVERWENDET

Nicht mehr verkaufsfähige Lippenstifte wurden aus den Filialen abgeholt, in ihre Bestandteile zerlegt und gezielt wiederaufbereitet. Dabei konnten 95 % der eingesetzten Lippenstifte wiederverwertet werden – z. B. als Wachs für Holz-Imprägnierung oder als Kerzen.

In Zusammenarbeit mit dem Department Design and Green Engineering der Fachhochschule Salzburg (Campus Kuchl) wurden unterschiedliche Filial-Möbel entworfen, um den Kreislauf sichtbar zu machen. Die Ergebnisse dieses Projekts wurden bei der Milano Design Week im April 2026 als Beispiel für innovatives Design präsentiert.

Ein weiteres Beispiel für Wiederverwertung bei BIPA ist die bi good Pflegedusche Holunderblüte. Die limitierte Edition wurde 2025 aus den Resten von Saftproduktion gewonnen. Der überschüssige Trester wurde somit weiterverwertet.

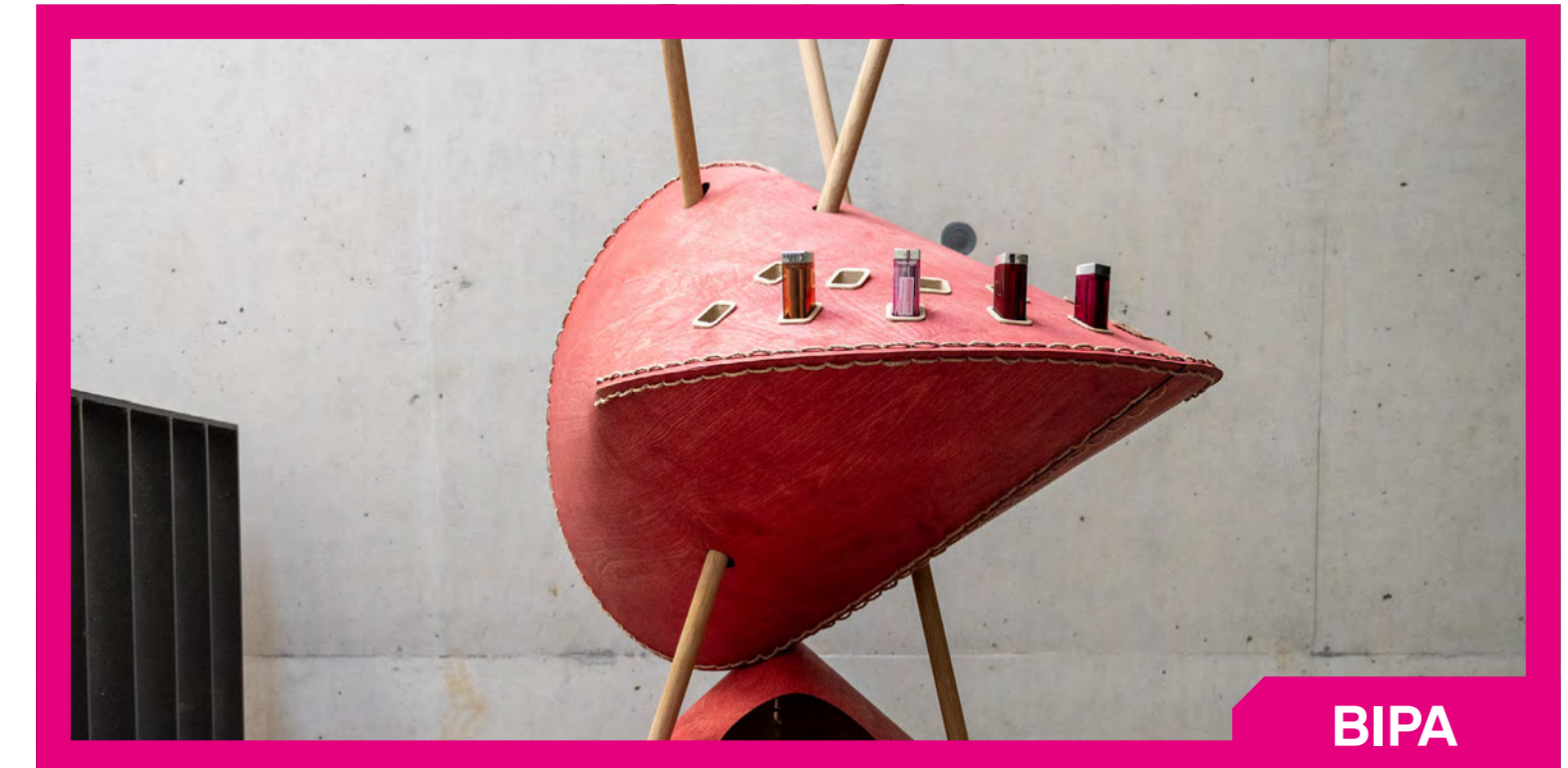
RESSOURCENSCHONUNG



MIT DEM PENNY PFAND-SAMMELPASS WIRD DAS ZURÜCKBRINGEN VON PFANDGEBINDEN NICHT NUR ERLEICHTERT, SONDERN AUCH BELOHNT.



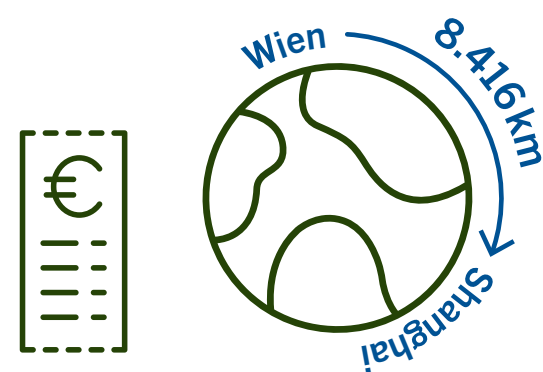
EINFACHER SAMMELN, BEQUEM ZURÜCKBRINGEN: ADEG KAUFLEUTE VERTEILTEN BEIM KAUF VON PFANDGEBINDEN GRATIS, WIEDERVERWERTBARE SAMMELSACKERL.



DAS LIPPENSTIFTMÖBEL WURDE ALS PILOTPROJEKT IN KOOPERATION ZWISCHEN ARA, BIPA UND DER FH SALZBURG ENTWICKELT UND AUF DER MILAN DESIGN WEEK 2026 PRÄSENTIERT.

Digitale Rechnung

Seit der Einführung der digitalen Rechnungen für jö-Kund:innen am 26. September 2024 wurden im Jahr 2025 insgesamt 90,5 Tausend Bonrollen eingespart. Das entspricht rund 29,86 Tonnen bzw. etwa 8.416 Kilometer an Rechnungspapier.



Länge des gesparten Rechnungspapiers

Grüne Preisetiketten für Produkte mit mindestens einer Nachhaltigkeitszertifizierung bei BIPA
Um Kund:innen Orientierung im Einkaufsalltag zu bieten, kennzeichnet BIPA ausgewählte

Produkte mittels grüner Preisetiketten. Unter die grüne Kennzeichnung fallen bei BIPA jene Produkte, die mindestens ein vertrauenswürdiger Gütezeichen tragen. Als Basis dient der Gütesiegel-Guide von Greenpeace. Dieser beurteilt anhand von strengen Kriterien, wie vertrauenswürdig die einzelnen Gütezeichen tatsächlich sind.

Feuerfeste Sammelboxen für Batterien

Seit 2025 stehen wie gesetzlich vorgegeben in allen BILLA, BILLA PLUS und PENNY Filialen sowie in 40 ADEG Märkten feuerfeste Sammelboxen für Batterien bereit. Somit können Kund:innen in mehr als 1.400 Boxen alle Arten von Altbatterien und kleinen Akkus abgeben, um ein fachgerechtes Recycling zu gewährleisten.

BILLA ist Mitglied von „Verpackung mit Zukunft“

Seit September 2025 ist BILLA Teil von „Verpackung mit Zukunft“. Die Plattform bietet einen faktenbasierten Austausch für engagierte Unternehmen und fördert den Dialog zwischen Verpackungshersteller:innen, Entsorger:innen und weiteren Akteur:innen entlang der Wertschöpfungskette. Ziel ist es, gemeinsam praktikable und zukunftsfähige Verpackungslösungen zu entwickeln – unter Berücksichtigung von Produktschutz, Recyclingfähigkeit und Umweltwirkung.

Teilnahme am Pestizidreduktionsprogramm von GLOBAL 2000

2002 haben BILLA und PENNY gemeinsam mit der Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000 das Pestizidreduktionsprogramm (PRP) gestartet. Jede Woche wird das Obst- und

Gemüsesortiment stichprobenartig auf die Einhaltung der geforderten Pestizidobergrenzen überprüft. Bei Überschreitung der Grenzwerte werden Maßnahmen wie Folgeproben durchgeführt, die bis zur Sperre des:der Lieferant:in gehen können. Die jeweils aktuellen Untersuchungsergebnisse werden auf der Website veröffentlicht: billa.at/prp-tool

ADEG Pfandbonspende

Mit dem Start des Einwegpfandsystems im Jänner 2025 initiierte ADEG eine landesweite Spendenaktion in 220 Märkten. Kund:innen können seitdem ihre Pfandbons nach dem Einkauf in eine aufgestellte Box werfen und damit direkt an lokale Organisationen oder Vereine spenden, die von den Kaufleuten persönlich ausgewählt wurden. Zu Ressourcenschonung siehe auch Fokus-thema Lebensmittelrettung.



ADEG Kaufleute fördern soziales und regionales Engagement durch Pfandbonspenden.

RESSOURCENSCHONUNG



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
REWE Group Österreich	Papierverbrauch	Absoluter Papierverbrauch in Tonnen: Kopierpapier & Werbematerialien jeglicher Art je Berichtsjahr.	15.176	15.688	22.891	Tonnen
BILLA	Pestizidreduktionsprogramm	Anzahl der entnommenen Proben von Obst und Gemüse, die an ein akkreditiertes Labor zur Überprüfung der Pestizidrückstände je Berichtsjahr übermittelt wurden.	1.599	1.588	1.452	Proben
BILLA	Pestizidreduktionsprogramm ¹	Anzahl der Überschreitungen der BILLA-internen Rückstandshöchstwerte der Summenbelastung* von mehreren Wirkstoffen je Berichtsjahr. Rückstandshöchstwerte werden gemeinsam mit Global 2000 definiert.	145	195	203	Überschreitungen des Höchstwerts
BILLA	Pestizidreduktionsprogramm	Anzahl der Überschreitungen der BILLA-internen Rückstandshöchstwerte einzelner Wirkstoffe je Berichtsjahr. Rückstandshöchstwerte werden gemeinsam mit Global 2000 definiert.	97	131	138	Überschreitungen des Höchstwerts
BILLA	Pestizidreduktionsprogramm ²	Anzahl der Überschreitungen der von der European Food Safety Authority definierten akuten Referenzdosis zur Toxizität für einzelne Wirkstoffe je Berichtsjahr.	8	12	17	Überschreitungen des Höchstwerts
BILLA	Pestizidreduktionsprogramm ³	Anzahl der Überschreitungen des geltenden EU-Rückstandshöchstgehaltes von Wirkstoffen für einzelne Lebensmittel je Berichtsjahr. Der Höchstgehalt berücksichtigt zusätzliche Faktoren neben der Toxizität von Wirkstoffen.	14	19	17	Überschreitungen des Höchstwerts

¹ Die Summenbelastung ist die Gesamtbelastung eines Produkts durch mehrere Wirkstoffe, die sich gegenseitig verstärken können. Die Summenbelastung wird als Summe der einzelnen Wirkstoffe in % angegeben.

² Grund für die hohe Anzahl an Überschreitungen im Jahr 2024 waren Senkungen der Höchstwerte seitens EFSA.

³ Hierin wird u.a. getestet, ob Wirkstoffe verwendet wurden, die nicht für die Lebensmittelgruppe vorgesehen sind.

RESSOURCENSCHONUNG



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
REWE Group Österreich	Digitale Rechnung ¹	Menge an gespartem Rechnungspapier durch die Umsetzung der digitalen Rechnung statt der Papierrechnung für jö-Kund:innen in km Rechnungspapier je Berichtsjahr.	-	1.211 ²	8.416	km
REWE Group Österreich	Digitale Rechnung	Menge an gespartem Rechnungspapier durch die Umsetzung der digitalen Rechnung statt der Papierrechnung für jö-Kund:innen in Tonnen Rechnungspapier je Berichtsjahr.	-	4 ²	30	Tonnen
REWE Group Österreich	Digitale Rechnung	Digitale Rechnungen statt Papierrechnungen für jö-Kund:innen: Menge an gespartem Rechnungspapier 2025 in Anzahl Bonrollen.	-	13.018 ²	90.493	Bonrollen
BIPA	Sozialmärkte	Warenwert der im Rahmen von Kooperationen mit karitativen Einrichtungen an hilfsbedürftigen Menschen gespendeten Artikel, die nicht mehr zum Verkauf standen bei BIPA je Berichtsjahr.	1.974.574	1.406.292	838.433 ³	EUR

¹ Berechnung mit konservativer Durchschnittslänge von 30 cm pro Bon.
² Vom 26.9.2024 bis 31.12.2024.
³ Kooperation wurde 2025 beendet.

Wir reden nicht nur über Natur- und Artenschutz. Wir handeln:



„Wir setzen uns für bedrohte Ökosysteme in Österreich ein. Bereits über 1.500 Hektar naturschutzfachlich wertvolle Lebensräume konnten renaturiert oder nachhaltig verbessert werden.“

Maria Duda
Leitung Kommunikation Blühendes Österreich - BILLA gemeinnützige Privatstiftung

NATUR- UND ARTENSCHUTZ



Vielfältige Projekte, regionale Initiativen und langjährige Partnerschaften der REWE Group in Österreich tragen zum Schutz und Erhalt der heimischen Biodiversität bei.

Weltweit wie auch in Österreich gehen natürliche Lebensräume zunehmend verloren. Die REWE Group in Österreich engagiert sich daher aktiv für den Schutz natürlicher Lebensräume und der heimischen Tier- und Pflanzenwelt. Ein zentraler Bestandteil dieses Engagements ist seit 10 Jahren die gemeinnützige Privatstiftung Blühendes Österreich von BILLA, die gemeinsam mit der Vogelschutzorganisation BirdLife Österreich und anderen Partnern eine Vielzahl von Maßnahmen zum Natur- und Artenschutz umsetzt. Die Stiftung steht seit 2015 auf der Liste der spendenbegünstigten Organisationen Österreichs.



Im Oktober 2025 feierte Blühendes Österreich sein zehnjähriges Bestehen im Naturhistorischen Museum in Wien. Bei einem internen „Biodiversity Day“ in der Konzernzentrale in Wiener Neudorf wurde auch innerhalb des Unternehmens mit Vorträgen rund um Biodiversität, Landwirtschaft und Ernährungssicherheit das Bewusstsein für Artenschutz gestärkt.

Im Dezember 2025 lud Blühendes Österreich gemeinsam mit dem Verbindungsbüro des Europäischen Parlaments in Österreich und dem Verband für gemeinnütziges Stiften zu einem Summit ins Haus der Europäischen Union ein. Dort diskutierten internationale Expert:innen über europäische sowie globale Entwicklungen im Bereich Biodiversität und die Rolle von Privatstiftungen im Nachhaltigkeitssektor.

Blühendes Österreich ist Stiftung des Jahres 2025

Für den langjährigen Beitrag zum Naturschutz wurde Blühendes Österreich vom Verband für gemeinnütziges Stiften als Stiftung des Jahres 2025 geehrt. Bei der Preisverleihung wurden die Verdienste von Blühendes Österreich als „unverzichtbare Beiträge zur österreichischen und europäischen Biodiversität“ hervorgehoben.

10 Jahre

ENGAGEMENT VON BLÜHENDES ÖSTERREICH FÜR HEIMISCHEN NATURSCHUTZ

Schutz für Biotope

Blühendes Österreich engagiert sich aktiv für die Wiederherstellung, Verbesserung und den Erhalt bedrohter Biotope und leistet damit einen Beitrag zur globalen Bewegung „Nature Positive 2030“. Die Stiftung fördert wissenschaftlich fundierte Naturschutzmaßnahmen und bringt durch Kooperationen in großflächigen Projekten sowie regionalen Initiativen Akteur:innen aus Lebensmittelhandel, Zivilgesellschaft und Wissenschaft zusammen. Eine zentrale Rolle spielen dabei die FLORA-Partner:innen – Vertragspartner:innen, die sich zum Erhalt oder der Verbesserung von biologisch wertvollen Flächen verpflichten.

Changemaker #nature Award

Ein besonderes Augenmerk von Blühendes Österreich liegt auf der Förderung von Naturschutzprojekten von Jugendlichen: So wurden beim dritten Changemaker #nature Award im Climate Lab in Wien im Mai 2025 neun Jugend-Projekte ausgezeichnet, die sich für Maßnahmen zur Förderung und Rettung der Artenvielfalt einsetzen, gemeinsam mit dem Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Klima- und Umweltschutz.

75.000 €

FÖRDERUNG FÜR JUGENDPROJEKTE ZUR RETTUNG DER ARTENVIELFALT

BIPA und Naturparke Österreich

Unter dem Motto „Natur schützen, Naturparke unterstützen“ steht BIPA seit 2023 an der Seite des Verbands der „Naturparke Österreich“ und setzt sich für einen bewussten Umgang mit der Ressource Wasser ein. Mit der Initiative „Wasser voller Leben“ werden Nachhaltigkeitsprojekte von zertifizierten österreichischen Naturpark-Bildungseinrichtungen zum Thema Wasser gefördert. Für das Schuljahr 2026 wurden bereits 19 Projekte durch eine fachkundige Jury ausgewählt: Darunter sind 16 Schulen und 7 Kindergärten in 7 Bundesländern, die die Projekte in Kooperation mit insgesamt 16 Naturparks durchführen.

Begrünung von PENNY Filiale

Mit der im Oktober 2025 eröffneten PENNY Filiale in Weiden am See wurde eine Bauweise realisiert, die Emissionen einspart und natürliche Lebensräume ermöglicht. Die Filiale ist aus rund 135 m³ Holz gefertigt und spart im Vergleich zu einem konventionellen Massivbau rund

NATUR- UND ARTENSCHUTZ



BILLA

10 JAHRE ENGAGEMENT VON BLÜHENDES ÖSTERREICH FÜR HEIMISCHEN NATURSCHUTZ.



BILLA

„DEIN PFAND FÜRS LAND“: BILLA ERMÖGLICHT PFANDSPENDEN FÜR DEN NATURSCHUTZ IN ÖSTERREICH.



PENNY.

PENNY HAT GEMEINSAM MIT DEM TIERGARTEN SCHÖNBRUNN HEIMISCHE ARTENSCHUTZPROJEKTE UNTERSTÜTZT.

200 bis 350 Tonnen CO₂e ein. Zusätzlich werden durch das verwendete Holz etwa 100 bis 300 Tonnen CO₂ langfristig gespeichert. Das Umfeld der Filiale folgt einem natürlichen Begrünungskonzept: Eine Grünfläche mit 15 Bäumen sowie Sträuchern, Büschen und Insektenhotel fördert die lokale Biodiversität. Sickerboxen und Rigolen direkt vor Ort ermöglichen das Versickern von Regenwasser, wodurch regionale Wasserressourcen geschützt werden. Eine aus rund 168 Modulen bestehende, 68,8 kWp starke PV-Anlage versorgt die Filiale mit Strom. Für die besondere Bauweise wurde die PENNY Filiale mit dem Greenpass Silver-Zertifikat ausgezeichnet.

321.804,93 €

PFANDSPENDEN UNTERSTÜTZEN RENATURIERUNGSPROJEKTE IN NIEDERÖSTERREICH

Pfandspende

Die Spendeninitiative „Dein Pfand fürs Land“ bietet seit Mai 2025 BILLA Kund:innen die Möglichkeit, Naturschutzprojekte von Blühendes Österreich mit ihrer Pfandspende zu unterstützen. Der niederschwellige Spendenvorgang direkt nach Rückgabe der Gebinde am Automaten erzielte 2025 eine Spendensumme von mehr als 320.000 Euro. Damit werden das Wiederbeweidungsprojekt „Wilde Weiden“ im Weinviertel und ein Beweidungsprojekt in den Hundsheimer Bergen in Niederösterreich finanziert.

PENNY x Tiergarten Schönbrunn

Gemeinsam mit dem Tiergarten Schönbrunn engagierte sich PENNY von 2023 bis 2025 im Rahmen eines Sponsorings mit 60.000 Euro für den Schutz gefährdeter Tierarten in Österreich. Zudem wurden im Jahr 2025 mit dem Verkauf von Plüschtieren heimischer Tierarten, bei dem pro verkauftem Stück 1 Euro gespendet wurde, Spenden in Höhe von 15.053 Euro generiert. Damit werden nun acht österreichische Artenschutz-Projekte des Tiergarten Schönbrunn unterstützt.



NATUR- UND ARTENSCHUTZ



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
REWE Group Österreich	Begrünung bei den Filialen	Dazu gewonnene oder erhaltene Fassadenbegrünung im Rahmen der Neu- oder Umbauten bis zum jeweiligen Berichtsjahr.	-	4.122	5.356	m ²
REWE Group Österreich	Begrünung bei den Filialen	Dazu gewonnene oder erhaltene Dachbegrünung im Rahmen der Neu- oder Umbauten bis zum jeweiligen Berichtsjahr.	-	17.383	21.686	m ²
REWE Group Österreich	Begrünung bei den Filialen	Installierte Sickersteine od. ähnliche wasserdurchlässige Flächen bei Neu- oder Umbau bis zum jeweiligen Berichtsjahr.	-	6.677	11.172	m ²
REWE Group Österreich	Begrünung bei den Filialen ^{1, 2}	Dazu gepflanzte oder erhaltene Bäume im Rahmen der Neu- oder Umbauten bis zum jeweiligen Berichtsjahr.	-	630	976	Anzahl Bäume
REWE Group Österreich	Begrünung bei den Filialen ^{1, 2}	Dazu gewonnene oder erhaltene Grünflächen im Rahmen der Neu- oder Umbauten bis zum jeweiligen Berichtsjahr.	-	75.046	106.291	m ²
REWE Group Österreich	Begrünung bei den Filialen ³	Dazu gewonnene Blühwiesen im Rahmen der Neu- oder Umbauten im jeweiligen Berichtsjahr.	-	3.378	3.612	m ²
BIPA	Naturparke Österreich ⁴	Gesamtsumme des im Rahmen der Initiative „Wasser voller Leben“ von BIPA geleisteten Beitrags für die Unterstützung von Naturpark-Schulen und -Kindergärten je Berichtsjahr.	10.000	50.366	58.009	EUR

1 Erhebung startete im Jahr 2024 für die Handelsfirmen BILLA, PENNY und BIPA.

2 Die Vorjahreszahl für 2024 wurde aufgrund einer nachträglichen Datenkorrektur angepasst.

3 Erhebung startete im Jahr 2024 für die Handelsfirmen BILLA, PENNY und BIPA.

4 Kooperation startete im Jahr 2023 für das Schuljahr 2023-24. Diese Daten wurden nachträglich geändert.

NATUR- UND ARTENSCHUTZ



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
BILLA	Blühendes Österreich	Durch die Arbeit der Stiftung Blühendes Österreich kumulierte, verbesserte naturschutzfachlich wertvolle Flächen in Hektar bis zum Abschluss des jeweiligen Berichtsjahres. 2023 wurde das Ziel definiert, bis 2030 2.000 Hektar bedrohter Ökosysteme und Biotope in Österreich zu erhalten und/oder zu verbessern.	1.104	1.323	1.557	Hektar
BILLA	Blühendes Österreich	Naturschutz-Projektvolumen Blühendes Österreich nach Berichtsjahr in EUR (inkl. FLORA, ohne Naturbildung und Schmetterlingsschwerpunkt.	258.011	340.000	457.903	EUR
BILLA	Blühendes Österreich	Kumulatives, gehebeltes Naturschutzprojekt mit Gesamtvolumen seit 2015 (ohne FLORA, Naturbildung und Schmetterlingsschwerpunkte) je Berichtsjahr.	2.793.673	4.230.000	7.366.522	EUR
BILLA	Blühendes Österreich	Anzahl der Meldungen über besichtigte Schmetterlinge in der Schmetterlings-App von Blühendes Österreich, basierend auf hochgeladenen Schmetterlingsfotos je Berichtsjahr.	125.551	128.865	138.637	Meldungen
BILLA	Blühendes Österreich	Anzahl registrierter Teilnehmer auf der Schmetterlings-App von Blühendes Österreich.	25.003	26.937	29.205	Registrierungen
BILLA	Blühendes Österreich	Kumulierte Anzahl der von BÖ kofinanzierten Naturschutzprojekte seit 2015 inkl. FLORA.	163	200	267	Anzahl
PENNY	Tiergarten Schönbrunn ¹	Gesamtsumme der Zuwendungen an den Tiergarten Schönbrunn im Rahmen der Kooperation mit PENNY zur Finanzierung von Projekten zum Schutz von heimischen Tieren je Berichtsjahr.	30.000	44.150	45.053	EUR

¹ Kooperation startete im Jahr 2023.



Wir reden nicht nur über gesellschaftliches Engagement. Wir handeln:



„Der Großteil unserer Mitarbeiter:innen sind Frauen. Mit Vorsorge, Aufklärung und kostenlosen Periodenprodukten fördern wir Gesundheit und Wohlbefinden.“

Eva Paschinger
Gewerberechtliche Geschäftsführung
Medizinprodukte BIPA

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Die REWE Group in Österreich schafft gesellschaftlichen Mehrwert. 2025 lag der Fokus auf Aufklärungsarbeit rund um Frauengesundheit und Unterstützung von Menschen in Not.

Frauengesundheit bei BIPA

BIPA setzt sich seit Jahren verstärkt für das Thema Frauengesundheit ein – mit einem klaren Schwerpunkt auf Aufklärung, Entstigmatisierung und dem offenen Umgang mit Menstruation und Zyklusgesundheit. Von rund 4.000 BIPA Mitarbeiter:innen sind 98 % Frauen. Der Drogeriefachhändler stellt ihnen seit 2025 den kompletten jährlichen Bedarf an kostenlosen Periodenprodukten in Form von Gutscheinen zur Verfügung.

In Kooperation mit der Stadt Wien hat BIPA 2023 die „Rote Box“ eingeführt, um Periodenarmut mittels kostenloser Periodenprodukte zu bekämpfen. Armutsbetroffene Frauen erhalten in Sozialmärkten, Jugend- und Frauengesundheitszentren Gutscheinhefte und können diese monatlich kostenlos gegen Rote Box-Tampons oder -Binden in Wiener BIPA Filialen einlösen. Pro verkaufter Box werden 50 Cent an Projekte gegen Periodenarmut gespendet. Mit dem Geld wurden 2025 Workshops zum Thema „Alles rund um Menstruation“ veranstaltet, an denen 700 junge Mädchen und Frauen teilgenommen haben. Durch den Verkauf der Roten Boxen 2025 konnten 6.000 Euro gesammelt werden, um weitere Workshops durchzuführen.

Zudem unterstützt BIPA seit 2022 „READY FOR RED“, eine digitale Plattform zur Aufklärung von Jugendlichen über die Menstruation. Im Zuge dessen unterstützt der Drogeriefachhändler die READY FOR RED-Boxen mit kostenlosen Periodenprodukten wie Menstruationstassen sowie mit bi good- und bi comfort-Produkten, um Lehrkräfte, Pädagog:innen und Bezugspersonen zu Hause bei der Aufklärungsarbeit zu unterstützen.

BIPA Frauengesundheitsstudie

Der Drogeriefachhändler hat 2025 eine Studie zum Thema Frauengesundheit unter 1.548 Personen in Österreich im Alter zwischen 14 und 75 Jahren durchgeführt. Laut dieser haben 88 % der Frauen und nur die Hälfte der Männer Interesse an Frauengesundheit. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten ist davon überzeugt, dass Gender-Medizin eine Behandlung verbessern kann. Die Studie offenbarte Wissenslücken und Tabus rund um den weiblichen Zyklus und Sexualität. So wussten 40 % der Befragten nicht, wie lange der weibliche Zyklus dauert. Ein Fünftel der Befragten gab an, zu glauben, dass Bewegung Menstruationsbeschwerden verstärkt. Ein Bundesländervergleich ergab zudem deutliche Unterschiede: So gaben beispielsweise nur 37 % der Befragten in Kärnten, aber

52 % in Wien an, dass es kein Thema zur Frauengesundheit gibt, über das sie ungern sprechen. Vor allem ist es noch immer ein Tabu, über weibliche Gesundheitsthemen am Arbeitsplatz zu sprechen. Nur für 9 % der Befragten ist das eine Option.

„Ehrlich gesagt“

Ergänzend zur Studie hat BIPA die Initiative „Ehrlich gesagt“ ins Leben gerufen, um den breiten, öffentlichen Diskurs für frauenspezifische Themen zu fördern. Die Kampagne beinhaltete Webinare mit Expert:innen und setzte auf Aufklärung online und in den sozialen Medien. Auf den BIPA-Kanälen wurden verstärkt Informationen zu Themen wie Frauengesundheit, Mental Load, Selbstbewusstsein und Empowerment sowie mentaler Gesundheit oder auch der Vereinbarkeit von Beruf und Familie geteilt.

Unterstützung der PINK RIBBON Aktion

BIPA liegt das Thema Brustkrebsfrüherkennung besonders am Herzen. Deshalb unterstützt der Drogeriefachhändler seit 2018 die PINK RIBBON Aktion der Österreichischen Krebshilfe (ÖKH), unter anderem mit einer Pink Ribbon Limited Edition von einem bi good-Produkt.

„16 Tage gegen Gewalt an Frauen“

2025 beteiligte sich die REWE Group in Österreich erneut an der internationalen Kampagne „16 Tage gegen Gewalt an Frauen“ und informierte über Hilfsangebote für Frauen und Mädchen. Auf allen Kassenbons von BILLA, BILLA PLUS, BIPA, PENNY und ADEG wurden im Aktionszeitraum Notrufnummern und Beratungsstellen abgedruckt.

PENNY Familien-Hilfsfonds

Seit 15 Jahren werden über den PENNY Familien-Hilfsfonds des Österreichischen Roten Kreuzes in Armut geratene Familien mit schulpflichtigen Kindern in akuten Notsituationen in Österreich unterstützt. Die Spenden gehen ohne Abzug an das Österreichische Rote Kreuz und kommen Familien in Not in ganz Österreich zugute. Sie werden für Miet- oder Energiekosten, Lernhilfen, Lebensmittelgutscheine und vieles mehr verwendet. PENNY setzt zahlreiche Maßnahmen, um Kund:innen für die Spenden zu engagieren: Bei zweimal jährlich stattfindenden Aktionen haben alle Kund:innen die Möglichkeit, 1 Euro an der Kasse zu spenden. 2025 konnten dadurch 102.758 Euro an Spenden generiert werden. Als Dankeschön erhalten die Kund:innen sofort einen Rabattgutschein über 10 % auf einen Einkauf in der folgenden Woche. Zusätzlich können

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



DURCH DEN PENNY FAMILIEN-HILFSFONDS DES ÖSTERREICHISCHEN ROTEN KREUZES WURDEN BEREITS MEHR ALS 2.5 MILLIONEN EURO FÜR FAMILIEN IN NOT GESPENDET!

Kund:innen ganzjährig durch den Kauf einer PENNY Papiertragetasche die Initiative unterstützen. Deren Kaufpreis inkludiert eine 2-Cent-Spende. 2025 konnten dadurch 34.713 Euro gesammelt werden. Zudem können Kund:innen seit Mai 2025 die Initiative mit ihrer Pfandspende unterstützen.

Darüber hinaus erhielten Kund:innen 2025 im Rahmen der Treuepromotion „Die PENNY Schlafari“ für gesammelte Treuepunkte Rabatt auf 6 flauschige Kuschelpolster. Für jeden verkauften Kuschelpolster wurden 10 Cent an den PENNY Familien-Hilfsfonds gespendet. Insgesamt ergab sich daraus eine Gesamtspende von rund 17.368 Euro.

Zusätzlich spendete PENNY 1.000 Schlafari-Kuschelpolster direkt an das Österreichische Rote Kreuz. Davon verblieben 50 Stück im Lern-

haus des Roten Kreuzes in Wien. Die übrigen Kuschelpolster wurden österreichweit im Rahmen von Kinder- und Familienprojekten des Roten Kreuzes verteilt.

Um Familien in Not ein schönes Weihnachtsfest zu ermöglichen, unterstützte PENNY außerdem mit 24 Einkaufsgutscheinen im Wert von jeweils 100 Euro. 2025 wurden durch die Maßnahmen rund 234.398 Euro an den PENNY Familien-Hilfsfonds gespendet, insgesamt beträgt die Spendensumme seit Start im Jahr 2011 über 2,5 Mio. Euro.

2,5 Mio. €
GESAMTSPENDEN AN DEN PENNY
FAMILIEN-HILFSFONDS
SEIT 2011



BILLA UNTERSTÜTZT MIT DEN GRUFTSACKERLN OBDACHLOSE MENSCHEN IN WIEN.

„Aufrunder bewirken Wunder“

Mit der Initiative „Aufrunder bewirken Wunder“ von BILLA, BILLA PLUS, BIPA und PENNY unterstützen Kund:innen mit jedem aufgerundeten Cent des Einkaufsbetrages an den Kassen Familien in Not in Österreich. 2025 konnten dadurch 216.700 Euro generiert werden und kamen zu 100 % Hilfsprojekten der Caritas Österreich zugute, die unter anderem mit einer Aktion mehr als 15.000 Familien ein warmes Zuhause ermöglichten. Seit vielen Jahren unterstützen die Kund:innen mit dem Aufrunder die Lerncafés, die kostenlose Lern- und Nachmittagsbetreuung für Schüler:innen aus benachteiligten Familien bieten.

Gruftsackerl

Bereits zum vierten Mal in Folge unterstützte BILLA mit den Gruftsackerln obdachlose Menschen in Wien. Kund:innen konnten die

Sackerl, gefüllt mit haltbaren Grundnahrungsmitteln und Produkten des täglichen Bedarfs, in 100 BILLA und BILLA PLUS Märkten in Wien direkt an der Kassa für 10,29 Euro erwerben. Die gekauften Sackerl wurden an die Caritas Wien für die Obdachlosenhilfe übergeben. 2025 waren es insgesamt 3.169 Sackerl mit einem Warenwert von 32.610 Euro.

LGBTQIA+ Engagement

BIPA war 2025 erneut Partner der Vienna Pride und unterstützte neben dem Event auch den Pride Run. Zusätzlich waren in den Filialen 6 Pride Produkte von BI CARE als Limited Editions erhältlich, um das Bewusstsein der Kund:innen und Mitarbeiter:innen für das Thema zu stärken. Auch BILLA setzt sich für die LGBTQIA+ Community ein und hat 2025 mit insgesamt 14.010 Euro die Mistelbach Pride, Mittersill Pride, Pongau Pride, Regenbogenball in Wien



BIPA STUDIE ZU FRAUENGESUNDHEIT ZEIGT WISSENSLÜCKEN UND DECKT TABUS AUF – NEUE KAMPAGNE „EHRlich GESAGT“ SPRICHT AUS, WORÜBER VIELE SCHWEIGEN.

und Tuntenball in Graz unterstützt und ist Mitglied der Pride Biz Austria.

„NextGen Buddies“

BILLA fördert die Initiative „NextGen Buddies“, die 2010 unter dem Titel „Lernen macht Schule“ startete. Das Programm wurde ins Leben gerufen, um Bildungsgerechtigkeit zu fördern. Pro Semester unterstützen rund 150 Studierende der WU Wien und des IFZ Salzburg rund 300 Kinder und Jugendliche aus sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen beim Lernen und bei der Freizeitgestaltung. Seit Start haben bisher 1.900 Buddies rund 185.000 Stunden freiwillige Arbeit geleistet. Dabei profitieren alle Seiten: Die Kinder erhalten Bezugspersonen, die sie in ihren Talenten fördern. Die Studierenden erweitern ihren Horizont und lernen, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. 2025 engagierte sich BILLA mit 85.000 Euro.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
REWE Group Österreich	Unternehmensspenden und Sponsorings Gemeinnützige Zwecke	Gesamtsumme der Spenden und Sponsorings für gemeinnützige Zwecke wie Bildungsgerechtigkeit, Menschen in Not sowie Förderung von Gleichberechtigung von restlichen REWE International AG Firmen (abseits BILLA, BIPA, PENNY), je Berichtsjahr.	24.546	21.641	42.400	EUR
BILLA	Unternehmensspenden und Sponsorings Gemeinnützige Zwecke	Gesamtsumme der Spenden und Sponsorings für gemeinnützige Zwecke wie Bildungsgerechtigkeit, Menschen in Not sowie Förderung von Gleichberechtigung von BILLA, je Berichtsjahr. ¹	296.490	392.398	127.227	EUR
BIPA	Unternehmensspenden und Sponsorings Gemeinnützige Zwecke	Gesamtsumme der finanziellen Spenden und Sponsorings von BIPA an karitativen Organisationen mit Fokus auf Frauen und Kinder je Berichtsjahr.	110.921 ⁴	170.779 ⁴	86.569	EUR
PENNY	Unternehmensspenden Gemeinnützige Zwecke	Gesamtsumme der Spenden von PENNY an den PENNY Familien-Hilfsfonds des Österreichischen Roten Kreuzes je Berichtsjahr. Die Kooperation besteht seit 2011.	58.477	72.735	54.481	EUR
BILLA, BIPA	Unternehmenssponsoring LGBTQIA+	Gesamtsumme der LGBTQIA+ Sponsoring-Aktivitäten von BILLA und BIPA je Berichtsjahr.	17.128	51.490	48.978	EUR
BILLA	Unternehmenssponsoring Sport Nachwuchsförderung	Sponsoringbetrag für die Sport-Nachwuchsförderung von Vereinen. BILLA ist es eine Herzensangelegenheit, Sport und Bewegung als wichtige Bestandteile eines guten Lebens zu fördern. Dies geschieht durch Partnerschaften mit Sportvereinen in ganz Österreich.	639.538	1.130.545	640.870	EUR
BILLA	Unternehmenssponsoring „I leb‘ für mein‘ Verein!“	Gesamtausgaben der im Rahmen der Aktion „I leb‘ für mein‘ Verein!“ seitens BILLA für Prämien und Werbekosten zur Förderung von Amateursport in Österreich je Berichtsjahr. ²	-	5.000.000	5.000.000	EUR
REWE Group Österreich	Kund:innen Spenden „Aufrunder bewirken Wunder“	Gesamtsumme der generierten Spendeneinnahmen der Spendensammlung „Aufrunder bewirken Wunder“ bei BILLA, BIPA und PENNY, je Berichtsjahr. ³	209.561	289.957	216.700	EUR
BILLA	„Kund:innen Spenden Pfandspenden“	Gesamtsumme der über Pfandspenden generierten Beträge für die Stiftung Blühendes Österreich bei BILLA je Berichtsjahr.	-	-	321.805	EUR

¹ Datenpunkt Beschreibung und Definition wurde geändert, aber Daten sind vergleichbar.

² Aktion startete im Jahr 2024.

³ Datenpunkt Beschreibung wurde geändert, aber Daten sind vergleichbar.

⁴ Die Daten für 2023 und 2024 wurden aufgrund einer Änderung der Berechnungslogik nachträglich korrigiert.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



Organisation	Thema	Beschreibung	Status 2023	Status 2024	Status 2025	Einheit
PENNY	Kund:innen Spenden Österreichisches Rotes Kreuz	Gesamtsumme der Spenden von PENNY-Kund:innen an den PENNY Familien-Hilfsfonds des Österreichischen Roten Kreuzes je Berichtsjahr. Die Kooperation besteht seit 2011.	129.840	136.573	179.917	EUR
BIPA	Jugend am Werk	Anzahl der gemeinsam mit Jugend am Werk konfektionierten Bonusboxen je Berichtsjahr. Die Kooperation besteht seit Jänner 2017.	95.000	84.000	84.000	Bonusboxen
BILLA	Stille Stunde	Anzahl Filialen mit der Aktion „Stille Stunde“ je Berichtsjahr: Eine Stunde reduzierte Reizstimulation durch Abschalten des Radios, Dimmen des Lichts etc. für Menschen mit Neurodivergenzen und alle, die es gerne ruhiger haben.	9	18	50	Märkte

NACHWORT

„Wir reden nicht nur über Nachhaltigkeit, wir handeln.
Die von uns gesetzten Maßnahmen liefern messbare Erfolge.
Gestern, heute und auch in der Zukunft.“



Ihr Andreas W. Streit
Bereichsleiter Nachhaltigkeit
REWE International AG

„Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil unseres unternehmerischen Handelns und Grundlage für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg.

Zukunftsfähigkeit entsteht dort, wo ökologische Verantwortung, wirtschaftliche Stabilität und gesellschaftliches Handeln zusammengedacht werden. Unsere Nachhaltigkeitsinitiativen tragen dazu bei, unser Unternehmen resilient gegenüber den Herausforderungen unserer Zeit - vom Klimawandel über Ressourcenknappheit und volatilen Märkten bis hin zu globalen Krisen - aufzustellen.

Dabei tragen wir alle Verantwortung. Im Unternehmen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Ein besonderer Dank gilt daher unseren Mitarbeiter:innen, Partner:innen und Kund:innen, die diesen Weg gemeinsam mit uns gestalten und leben. Ihr Engagement, ihre Ideen und ihre Bereitschaft zur Veränderung machen nachhaltige Entwicklung erst möglich.

Wir sehen die Transformation hin zu einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft als zentrale Voraussetzung für eine lebenswerte und wirtschaftlich stabile Zukunft. Der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen, die Nutzung nachwachsender Rohstoffe sowie langlebige und zirkuläre Lösungen sind für uns wesentliche Hebel, um nachhaltiges Wirtschaften konsequent weiterzuentwickeln.

Wir reden nicht nur über Nachhaltigkeit, wir handeln. Die von uns gesetzten Maßnahmen liefern messbare Erfolge. Gestern, heute und auch in der Zukunft.“

Ihr Andreas W. Streit





BILDCREDITS

- S. 1: Getty Images, Nick Brundle Photography
- S. 2: REWE Group, Robert Harson
- S. 3: REWE Group, Robert Harson
REWE Großhandel GmbH/WNSP_Konstantin Reyer
Landwirt Michael Skuk
REWE Group, Robert Harson
Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
- S. 4: Getty Images, Nick Brundle Photography
- S. 5: Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
- S. 8: REWE Group, Susi Berger
Ørsted
REWE Group, Robert Harson
Getty Images, Ekaterina Fedulyeva
Ja! Natürlich, Michael Reidinger
Adobe Stock, KI-generiert
REWE Group, Robert Harson
REWE Group, Maximilian Köchl
REWE Group, wearegiving GmbH
- S. 9: REWE Group, Robert Harson
Viktoria Zischka
- S. 10: REWE Group, Robert Harson
REWE Group, Robert Harson
Skills Factory @ Harald Steiner
- S. 12: REWE Group, Robert Harson
REWE Group, Robert Harson
- S. 13: REWE Group, Robert Harson
REWE Group, Robert Harson
REWE Group, Christian Dusek
Florian Müller, Business Partner Consulting GmbH
- S. 15: REWE Group, Robert Harson
Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
- S. 16: Ja! Natürlich/Philipp Lipiarski
PENNY / Robert Harson
REWE Group, Robert Harson
- S. 19: REWE Group, Robert Harson
- S. 20: REWE Großhandel GmbH/WNSP_Konstantin Reyer
BILLA AG/Rene Strasser Meisterfotograf
Blaupapier
- S. 22: REWE Group, Robert Harson
- S. 23: REWE Group, Robert Harson
REWE Group, Christian Dusek
Landwirt Michael Skuk
Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
- S. 25: REWE Group, Robert Harson
shutterstock.com, x designer
Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
- S. 26: Vegavita, REWE Group
REWE Group, Robert Harson
PENNY
Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
Project Eaden
- S. 28: REWE Group, Robert Harson
- S. 29: PENNY / Paul Breuss
REWE Großhandel GmbH/Leonardo Ramirez Photography
FH Salzburg/Ebner
REWE Großhandel GmbH/Agentur Tintifax
- S. 32: REWE Group, Robert Harson
- S. 33: REWE Group, Robert Harson
BILLA AG / David Bohmann
PENNY, Daniel Zupanc
Marian & Co. GmbH / Inhouse-Agentur
- S. 36: REWE Group, Robert Harson
- S. 37: REWE Group, Robert Harson
REWE Group, Robert Harson
REWE Group, Christian Dusek
- S. 40: REWE Group, Robert Harson
Getty Images, Nick Brundle Photography
- S. 41: Getty Images, Nick Brundle Photography

rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de/2025/de

IMPRESSUM

Herausgeber & Medieninhaber: REWE International AG
Industriezentrum NÖ-Süd | Straße 3 | Objekt 16
2355 Wiener Neudorf, Tel.: +43 2236 600-0
nachhaltigkeit@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
Juni 2026