

Nachhaltig- keitsbericht

REWE Group in Österreich 2022



Inhalt



Vorwort..... 4

MANAGEMENT 5

Unternehmensporträt 6

Mitarbeiter:innenstruktur..... 9

Lieferkette & Risikomanagement 10

Brancheninitiativen und Mitgliedschaften 11

Compliance 13

Nachhaltigkeitsstrategie 16

Stakeholderdialog..... 19

Wesentlichkeitsanalyse..... 21

Berichtsprofil..... 24

Wirtschaftliche Leistung 27

Zusammenarbeit mit Politik 28

Datenschutz..... 29

GRÜNE PRODUKTE 30

Produktbezogene Risikoanalysen..... 34

Regionalität 35

Fokusrohstoffe – Food 37

Fokusrohstoffe – Non-Food..... 38

Bio 39

Verpackungen 40

Biodiversität 41

Ökologische Aspekte in der Lieferkette..... 42

Soziale Aspekte in der Lieferkette 45



Inhalt

Kundengesundheit und Produktsicherheit	49
Nachhaltigen Konsum fördern	52
Tierwohl	54
Kinder- und Zwangsarbeit.....	57
Ernährung	59
ENERGIE, KLIMA UND UMWELT	61
Materialien	65
Energie.....	67
Wasser	72
Klimaschutz	73
Abfall	77
MITARBEITER:INNEN	79
Beschäftigung	82
Arbeitnehmer- Arbeitgeber:innen-Verhältnis	85
Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement	86
Aus- und Weiterbildung.....	89
Vielfalt und Chancengleichheit.....	91
Gleichbehandlung	94
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT	95
Projekte und Förderungen.....	97
Kinderschutz	101



Vorwort

Nachhaltigkeit, BIO und Regionalität trotz den Krisen – Unser nachhaltiger Weg für Österreich

Sehr geehrte Kund:innen, Partner:innen und Mitarbeiter:innen,

mit Freude präsentieren wir Ihnen den Nachhaltigkeitsbericht 2022 der REWE Group in Österreich. Nach zwei herausfordernden Pandemie-Jahren wurde auch 2022 durch die Auswirkungen des Ukraine-Krieges zu einem weiteren Krisenjahr. Wirtschaftliche Unsicherheitsfaktoren, stark beeinträchtigte Lieferketten, massive Kostensteigerungen und eine historisch hohe Inflation haben private Haushalte und Unternehmen gleichermaßen stark gefordert. Energie ist für die REWE Group schon lange ein zentrales Thema in der Nachhaltigkeit und der Grund für laufende Investitionen in Effizienzmaßnahmen. Bereits seit 2008 werden unsere Filialen, Lager und die Unternehmenszentrale mit 100 Prozent Grünstrom aus Österreich mit Herkunftsnachweis versorgt. Weiters setzen wir als Gruppe auf Photovoltaik-Anlagen (aktuell 130 installiert) und auf einen energieeffizienten Filialausbau, was für die Umsetzung des Green Deals der Europäischen Union von besonderer Bedeutung ist und maßgeblich zur Kosteneffizienz unseres Unternehmens beiträgt.

Insbesondere durch die enormen Steigerungen bei den Energiekosten, aber auch bei Rohstoffen und Transporten mussten auch wir einige Preise anheben. Diese Mehrbelastungen haben wir jedoch nicht vollständig an unserer Kund:innen weitergegeben, sondern wir verzichten bewusst auf einen Teil unserer Gewinne, um der Teuerung entgegenzuwirken. Unsere Einkäufer:innen verhandeln täglich hart, damit unsere Kund:innen auch weiterhin den bestmöglichen Preis bekommen. Gleichzeitig möchten wir auch in Zukunft sicherstellen, dass unsere Kund:innen Zugang zu einem qualitativ hochwertigen und nachhaltigen Sortiment haben. Mit unseren Marken „ECHT BIO!“ bei PENNY und „BILLA Bio“ bieten wir für Konsument:innen mit geringerem Budget erschwingliche Bioprodukte an. Im Jahr 2022 haben wir unser Bio-Sortiment um ~6% erweitert und arbeiten weiterhin daran, eine ständig wachsende Auswahl an nachhaltigen Produkten anzubieten.

Unsere Drogeriekette BIPA sorgt seit Februar 2022 gemeinsam mit Greenpeace für eine bessere Orientierung im Gütezeichen-Dschungel. In allen rund 600 BIPA Filialen in ganz Österreich sind nachhaltige Produkte mit entsprechenden Etiketten gekennzeichnet. Zur Auswahl stehen aktuell rund 1.100 Artikel, die mindestens ein von Greenpeace als vertrauenswürdig bewertetes Gütezeichen tragen. Zeitgleich wurde im BIPA Online Shop www.bipa.at eine neue Filterfunktion eingeführt, mit der man gezielt nach „nachhaltigen Produkten“ suchen kann. Ganz besonders wichtig sind unseren Kund:innen lokale und regionale Produkte. Daher freut es uns besonders, dass wir auch heuer wieder unsere Regionalmarken „Da komm' ich her!“ (BILLA, BILLA PLUS und ADEG) und „Ich bin Österreich“ (PENNY) ausbauen konnten.

Ebenso konnten wir beim Tierwohl einen wichtigen nächsten Schritt machen: Bei allen BILLA und BILLA PLUS Märkten mit einer Frischfleisch-Theke nur noch Produkte vom Rind, Schwein und Huhn in „Tierwohl“-Qualität an. Neben den konventionellen Produkten aus dem „Fair zum Tier Programm“ können Kund:innen auch aus einem vielfältigen Ja! Natürlich-Angebot wählen, das für höchste BIO-Qualität aus Österreich steht. Für Kund:innen, die sich für fleischlose Produkte entscheiden, haben wir im September 2022 mit BILLA Pflanzilla den ersten veganen Supermarkt in Österreich auf der Mariahilfer Straße eröffnet, der ein ausschließlich pflanzliches Sortiment mit über 2.500 plant-based Artikeln führt. Auch PENNY hat im März vergangenen Jahres seine vegane Eigenmarke „Food For Future“ mit 33 Produkten gelauncht.

Angesichts des breiten Sortiments der REWE Group in Österreich sind wir uns der Verantwortung für den sorgsam Umgang mit Lebensmitteln bewusst. Jeder einzelne unserer Märkte hat sich schon vor Jahren verpflichtet, mit mindestens einer karitativen Organisation zusammenzuarbeiten, um die überschüssigen Lebensmittel zu spenden. 2022 konnten wir mit der Ausweitung des beliebten Obst- und Gemüse-Rettersackerls und dem „Too Good To Go“ Programm auf alle BILLA und BILLA Plus Märkte noch mehr Lebensmittel vor dem Verderb retten. Darüber hinaus engagieren wir uns auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen mit Lebensmittelspenden und unterstützen Projekte wie den PENNY Familien-Hilfsfonds, der im Jahr 2022 zahlreiche Familien in unterschiedlichen Notlagen unterstützte. Mehr zu unserem Engagement finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2022. Wir sind stolz darauf, was wir alles erreicht haben und wissen gleichzeitig: Es gibt noch viel zu tun. Deshalb arbeiten wir kontinuierlich an Verbesserungen und möchten uns bei unseren Kund:innen, Partner:innen und Mitarbeiter:innen bedanken, die uns auf diesem Weg begleiten.

Ihr **Christoph Matschke, Marcel Haraszi, Michael Jäger**
(v.l.n.r.) Vorstände REWE International AG





Management





Die REWE Group in Österreich

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

Name der Organisation

GRI 102-1

Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen

GRI 102-2

Hauptsitz der Organisation

GRI 102-3

Eigentumsverhältnisse und Rechtsform

GRI 102-5

Die REWE International AG ist mit insgesamt 2.662 Filialen ihrer Handelsfirmen BILLA, PENNY, BIPA und ADEG und mit 46.556 Mitarbeiter:innen einer der größten Arbeitgeber:innen Österreichs. Mit rund 1,3 Mio. Kund:innenkontakten täglich erreichen wir mehr Menschen als jedes andere heimische Unternehmen. 2022 betrieb das Unternehmen mit Hauptsitz in Wiener Neudorf rund 4.487 Filialen in neun Ländern mit 91.903 Beschäftigten. In Österreich erwirtschaftete das Unternehmen einen Bruttoumsatz von 9,57 Mrd. EUR.

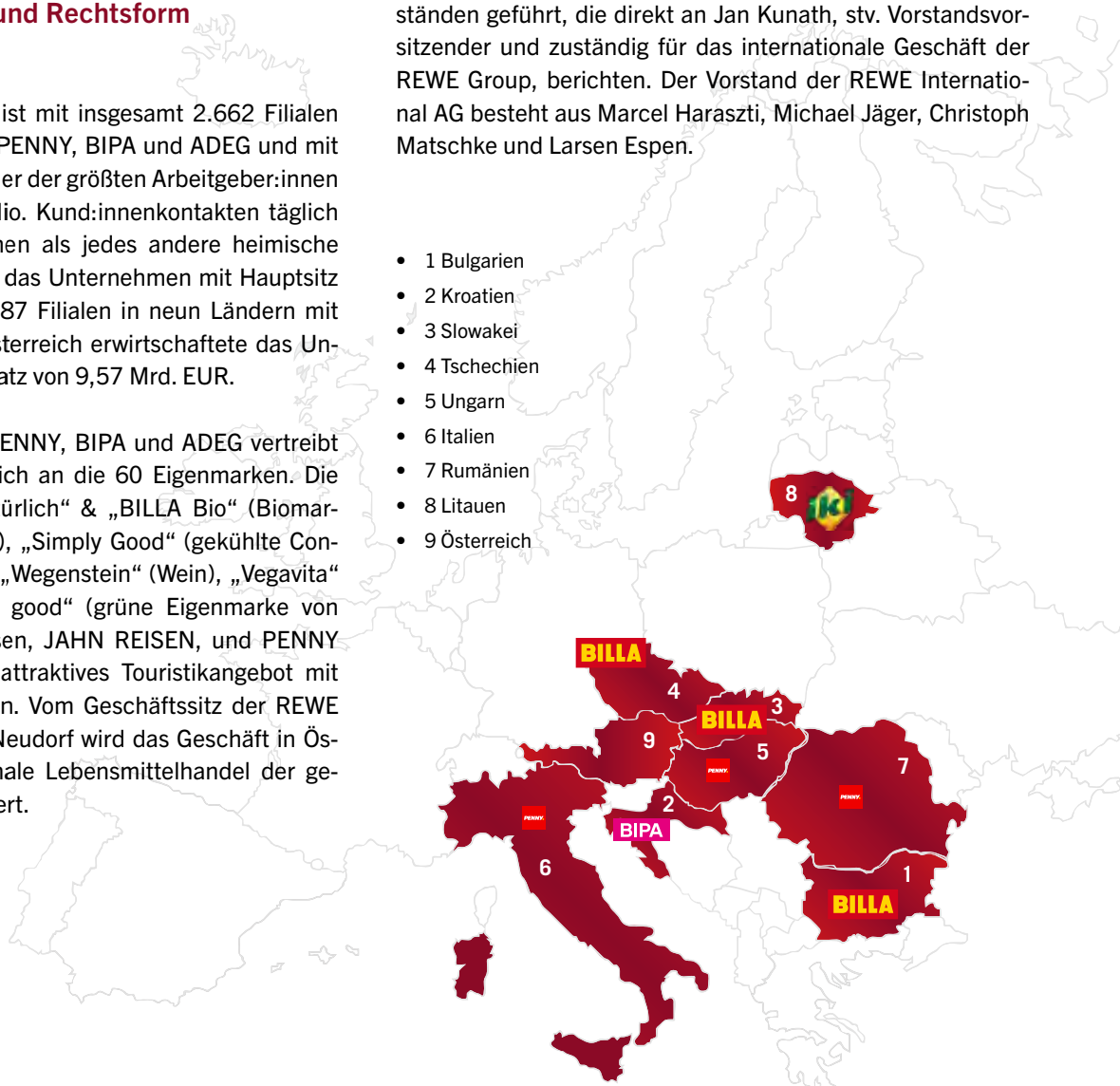
Über BILLA, BILLA PLUS, PENNY, BIPA und ADEG vertreibt die REWE Group in Österreich an die 60 Eigenmarken. Die bekanntesten sind „Ja! Natürlich“ & „BILLA Bio“ (Biomarke), „clever“ (Diskontmarke), „Simply Good“ (gekühlte Convenience-Produkte), BILLA, „Wegenstein“ (Wein), „Vegavita“ (vegane Produkte) und „bi good“ (grüne Eigenmarke von BIPA). Über ITS BILLA Reisen, JAHN REISEN, und PENNY PACK'N'GO bieten wir ein attraktives Touristikangebot mit zahlreichen Destinationen an. Vom Geschäftssitz der REWE International AG in Wiener Neudorf wird das Geschäft in Österreich und der internationale Lebensmittelhandel der gesamten REWE Group gesteuert.

Zu den Vertriebslinien außerhalb Österreichs zählen

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

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

- 1 Bulgarien
- 2 Kroatien
- 3 Slowakei
- 4 Tschechien
- 5 Ungarn
- 6 Italien
- 7 Rumänien
- 8 Litauen
- 9 Österreich





MÄRKTE UND LÄNDER MIT GESCHÄFTSTÄTIGKEITSSCHWERPUNKT

Betriebsstätten

GRI 102-4

Belieferte Märkte

GRI 102-6

Größe der Organisation

GRI 102-7

Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette

GRI 102-10

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

Die REWE Group deckt darüber hinaus den Großhandel in Österreich ab. Dazu zählen

- die Belieferung der selbstständigen ADEG-Kaufleute,
- die „BILLA stop & shop“ Geschäfte an JET-Tankstellen,
- die „BILLA Unterwegs“ Geschäfte an Shell Tankstellen,
- der „MERKUR inside“ Shops an BP Tankstellen
- und das Vorarlberger Lebensmittel- und Gastronomieunternehmens SUTTERLÜTY.

Als Unterstützung für unser breit angelegtes Sortiment betreibt die REWE Group in Österreich das Einkaufsradio jö.live. Der haus-eigene RG Verlag publiziert unsere Kundenmagazine wie „Maxima“, „frisch gekocht“ (BILLA) und „Land und Leute“ (ADEG). Den Großteil unserer Werbung wickeln wir über unsere Inhouse-Agentur MARIAN ab. Durch die Kombination von eigenem Radio, eigenem Verlag und eigener Werbeagentur können wir zahlreiche Synergien nutzen – etwa wenn es darum geht, nachhaltige Initiativen zu bewerben. Die Transportwirtschaft und Logistik wird über das Tochterunternehmen REWE International Lager- und Transport GmbH abgewickelt. Sie organisiert die Zulieferung an die Filialen über die Zentrallager in Wiener Neudorf und Ohlsdorf sowie weitere Regionallager.

Unsere Dienstleistungsbereiche unterstützen den täglichen Betrieb der Handelsfirmen. Dazu gehören die Bereiche Controlling, Strategische Planung, Mergers & Acquisitions, Expansion, die

technische Abteilung, Finanzen, Rechnungswesen, IT, Recht, Unternehmenssicherheit, das Immobilienbestandsmanagement, die Revision, die Bereiche Nachhaltigkeit und Personal/Personalentwicklung sowie die Unternehmenskommunikation.

Unternehmenszahlen der REWE Group in Österreich¹

	2021	2022	VERÄNDERUNG
Brutto-Umsatz (Mrd. Euro)	9,05	9,57	5,8%
Lebensmittelhandel (Mrd. Euro) ²	8,23	8,61	4,2%
Drogeriefachhandel (Mrd. Euro) ³	0,77	0,83	7,5%
Touristik (Mrd. Euro) ⁴	0,05	0,17	175,8%
Mitarbeiter:innen (per 31.12.)⁵	45.276⁶	46.556	1280
Anzahl der Standorte (per 31.12.)	2.652	2.662	10
Lebensmittelhandel	2075	2089	14
Drogeriefachhandel	577	573	-4

¹ Umfasst gesamte Geschäftstätigkeit der REWE International AG am österreichischen Markt

² Lebensmittelhandel inkludiert die Vertriebslinien BILLA, BILLA PLUS, PENNY und ADEG inklusive Großhandel; Zahlen bereinigt um nicht fortzuführendes Geschäft (AGM)

³ Zahlen bereinigt um nicht fortzuführendes Geschäft (AGM)

⁴ Drogeriefachhandel repräsentiert durch BIPA

⁵ Touristik: Besteht aus der Gesellschaft REWE Austria Touristik – dazu gehören BILLA Reisen, ITS, Jahn Reisen sowie Transair

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

Filialanzahl der REWE Group in Österreich 2022

BILLA¹	1.129
BILLA PLUS	145
PENNY	313
BIPA	573
ADEG	369

¹ Inkl. BILLA Corso Filialen 5



REWE INTERNATIONAL AG

MARKEN & BETRIEBE

EIGENMARKEN

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



MEDIEN

RADIO MAX, REWE Group Verlag



WEINKELLEREI WEGENSTEIN



FLEISCHVERARBEITUNG



TOURISTIK

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



GENUSSKÜCHE

HANDELSFIRMEN

BILLA



BILLA PLUS



PENNY



BIPA



ADEG



DIENSTLEISTER

LAGER



TRANSPORT



ZENTRALEINKAUF



ORGANISATION

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



INHOUSE-AGENTUR

marian

Die Inhouse-Agentur der REWE Group

AUSLANDSGESCHÄFT

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



Mitarbeiter:innenstruktur

INFORMATIONEN ZU ANGESTELLTEN UND SONSTIGEN MITARBEITER:INNEN

GRI 102-8

Die Gesamtzahl der Beschäftigten der REWE Group in Österreich stieg von 45.276 (2021) auf 46.556 (2022). Insgesamt beschäftigt der sogenannte Handel International – von Wr. Neudorf aus gesteuertes internationales Handelsgeschäft der REWE Group (repräsentiert durch PENNY International, Vollsortiment CEE und Vollsortiment Österreich) – 91.903 Mitarbeiter:innen. Nicht im Geltungsbereich enthalten sind die selbstständigen Kaufleute mit Ihren Mitarbeiter:innen von ADEG und SUTTERLÜTY. 2.288 Lehrlinge wurden 2022 in den Handelsfirmen und Zentralbereichen ausgebildet.

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

	2020	2021	2022
Weiblich	91,2	89,5	87
Männlich	90,2	88,4	83,3
Gesamt	90,9	89,2	85,9

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

	2020	2021	2022
Weiblich	56,5	55,2	53,4
Männlich	13,9	13,0	12,8
Gesamt	45,2	43,8	42

TARIFVERTRÄGE

GRI 102-41

Zum Selbstverständnis der REWE Group in Österreich gehört, dass alle Arbeitsverträge der Mitarbeiter:innen kollektivvertraglichen Regelungen unterliegen. Die kollektivvertragliche Überzahlung betrug 2022 durchschnittlich 8,67 Prozent. Darüber hinaus bietet die REWE Group in Österreich eine große Bandbreite an sozialen Leistungen, welche die Mitarbeiter:innen in allen Situationen des beruflichen und privaten Alltags unterstützen sollen.

LIEFERKETTE

GRI 102-9

Als Handels- und Touristikunternehmen bezieht die REWE Group in Österreich ihre Produkte und Dienstleistungen über eine Vielzahl von Lieferanten und aus unterschiedlichsten Lieferketten. Besonderes Augenmerk legen wir dabei auf soziale und ökologische Aspekte – sowohl bei der Herstellung der Produkte für Eigenmarken als auch bei den Anforderungen an die Lieferanten.

Die Berücksichtigung dieser Kriterien findet sich in der Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group wieder, die erstmals 2011 veröffentlicht wurde. Auf Grundlage dieser Leitlinie haben wir nachhaltigkeitsrelevante Mindeststandards für Eigenmarken festgelegt. Sie liegen weit über den gesetzlichen Bestimmungen. Mittlerweile haben wir auch Leitlinien für spezielle Erzeugnisse und Themen ausgearbeitet.

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

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

Lieferkette & Risikomanagement



RISIKOMANAGEMENT

Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip

GRI 102-11

Nachhaltigkeit sehen wir als kontinuierliche Aufgabe. Wir arbeiten laufend daran, Lieferketten sozial und ökologisch verträglicher zu gestalten. Wir überprüfen regelmäßig die eigenen Leistungen und Fortschritte. Zielkonflikte diskutieren wir sowohl mit Expert:innen im eigenen Unternehmen als auch mit externen Anspruchsgruppen.

Als international tätiges Handelsunternehmen ist die REWE Group in Österreich vielen wirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Es gibt unter anderem logistische Risiken, schwankende Einkaufspreise. Hinzu kommen Gesetze und Vorschriften, auf die zum Teil binnen kürzester Zeit reagiert werden muss. Mit einem einheitlichen und systematischen Risikomanagement sind wir für dieses Gefahrenpotenzial gewappnet. Auf diese Weise entwickeln wir manches Risiko in eine Chance für mehr Nachhaltigkeit.

Die Führungs- und Aufsichtsgremien werden halbjährlich über die aktuelle Risikolage informiert. Hierzu melden die Risikoverantwortlichen über Inventuren stichtagsbezogen Einzelrisiken aus definierten Risikofeldern. Risiken mit ähnlichen Inhalten und Ursachen werden anschließend auf Konzernebene zu Risikoarten aggregiert. Je nach Bedrohungspotenzial für die Geschäftstätigkeit, Finanz- und Ertragslage, Cashflows sowie Reputation klassifizieren wir die Risiken.

Analyse der sozialen und ökologischen Risiken in den Lieferketten

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

Mitgliedschaften & Initiativen

GRI 102-12, 102-13

Wir wollen Nachhaltigkeit auch im gesellschaftlichen Kontext fördern. Daher unterstützt die REWE Group in Österreich zahlreiche Initiativen und Organisationen für nachhaltiges Handeln, Umwelt- und Tierschutz und bewusste Ernährung. Uns ist bewusst: Eine durchgehende Nachhaltigkeit bedingt letztlich Veränderungen in ganzen Sektoren. Wir engagieren uns daher in Brancheninitiativen und stoßen diese immer wieder selbst an. Ziel dieses Multi-Stakeholder-Ansatzes ist es, durch Zusammenarbeit und Erfahrungsaustausch möglichst viele Akteure einzubinden. Auf diese Weise können wir Kräfte bündeln und gemeinsam mit dem Engagement einer ganzen Branche oder mit Partnern für mehr Nachhaltigkeit sorgen.

Dabei setzen wir auf langfristige Partnerschaften wie die folgende Übersicht zeigt.

ARGE GENTECHNIK-FREI

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

ARGE NACHHALTIGKEITSAGENDA

Wir sind Mitglied der ARGE Nachhaltigkeitsagenda für Getränkeverpackungen. Die ARGE bringt Lebensmittelhandel, Abfüller, Verpackungshersteller, Sammel- und Verwertungssysteme an einen Tisch und ebnete damit den Weg für durchgehende Nachhaltigkeit. Sie unterstützt ihre Mitglieder insbesondere mit Workshops bei der Umsetzung von Reduktionen.

Brancheninitiativen & Mitgliedschaften



COUNCIL NACHHALTIGE LOGISTIK (CNL)

Die REWE Group in Österreich ist Gründungsmitglied des Councils für nachhaltige Logistik (CNL). Dieser Zusammenschluss österreichische Top-Unternehmen aus der Logistik, dem Handel, der Produktion und Energieversorgung koordiniert die Umsetzung nachhaltiger Projekte im Logistiksektor. Organisation und Führung wurde in die Hände des Zentrums für Globalen Wandel und Nachhaltigkeit an der Universität für Bodenkultur gelegt – das garantiert unabhängige Organisation und Führung. Schwerpunkt ist die Transportlogistik. Durch die Mitglieder des CNL war es u. a. möglich, einen E-LKW im Regelbetrieb über einen längeren Zeitraum zu testen.

DETOX-KAMPAGNE

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

ECR AUSTRIA

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

HANDELSVERBAND

Der Handelsverband ist eine freie Interessenvertretung und Innovationsplattform. Die REWE Group in Österreich ist seit 2016 Mitglied. Neben den klassischen Agenden einer Interessenvertretung bietet der Handelsverband auch regelmäßige Informationsveranstaltungen und Initiativen zu Umwelt, Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft an.

KLIMAAKTIV PAKT2030

Der klimaaktiv pakt2030 ist ein freiwilliges, glaubwürdiges und transparentes Bündnis mit dem Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und

Technologie und 12 österreichischen Großunternehmen mit dem Anliegen, im Rahmen des betrieblichen Klimaschutzes die österreichischen Klimaziele bis 2030 zu erreichen. Durch die Teilnahme am klimaaktiv Pakt setzen sich Unternehmen das ehrgeizige Ziel, ihre Treibhausgase bis 2030 um mindestens 50 Prozent zu reduzieren (Basis 2005). Die REWE Group in Österreich ist der größte Teilnehmer und trägt entscheidend zum Erfolg des Paktes bei. In einem jährlichen Reporting werden die Fortschritte dargestellt.

LAND SCHAFFT LEBEN

Österreichische Lebensmittel sind wertvoll. Der Verein Land schafft Leben hat es sich zur Aufgabe gemacht, dies Konsument:innen und Schüler:innen zu vermitteln. Über eine Webplattform werden umfangreiche Informationen, Bilder und Videos zur Produktion und Verarbeitung von Lebensmittel veröffentlicht. Dabei wird eine realitätsnahe Darstellung angestrebt, vorwiegend bei Themen wie Tierhaltung und dem Einsatz von Pflanzenschutzmitteln. Die REWE Group in Österreich gehört zu den Unterstützern der ersten Stunde. Seit 2014 sind wir offizieller Förderer.

NATIONALPARK HOHE TAUERN

Unsere Bio-Eigenmarke „Ja! Natürlich“ kooperiert seit 1995 mit dem Nationalpark Hohe Tauern. Der Nationalpark beweist, dass sich unberührte Natur, weite Almwiesen und wunderschönes Bergpanorama mit Erholung, Entspannung und Action auf nachhaltige Weise vereinbaren lassen. Die biologisch bewirtschafteten Flächen (über 50 %) rund um den Nationalpark gewährleisten landwirtschaftliche Produkte höchster Qualität.

MYABILITY

myAbility unterstützt Unternehmen beim Aufbau eines erfolgreichen DisAbility Managements (Inklusion). Ziel ist es, mehr Menschen mit Behinderung als Mitarbeiter:innen und Kund:innen zu gewinnen. Das Sozialunternehmen fördert den Wissensaustausch zu vielfältigen Themen – auch mit anderen Unternehmen. Die REWE Group in Österreich ist seit 2015 Teil dieses Forums.



RESPACT

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

VERBAND DER ÖSTERREICHISCHEN TAFELN

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

Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen GRI 102-16

Die REWE Group hat Grundwerte, Verhaltensnormen, die Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften sowie diverse rohstoffspezifische Leitlinien definiert. Damit verankern wir verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und in den Lieferketten. „Gemeinsam für ein besseres Leben!“ – ist die Mission der REWE Group und ihrer Mitarbeiter:innen. Unser Bestreben ist es, Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Kaufleuten die beste Lösung anzubieten.

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

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

Die nachhaltige Ausrichtung ist ebenfalls im Leitbild verankert. Unter dem Grundwert „Wir sind uns unserer Verantwortung

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

Spezifische Leitlinien legen Standards fest

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

Folgende Leitlinien hat die REWE Group in Österreich bis Ende 2022 verabschiedet:

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



MANAGEMENTANSATZ

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

Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik GRI 102-17

Korruptionsbekämpfung GRI 205

Wettbewerbswidriges Verhalten GRI 206

Umwelt-Compliance GRI 307

Sozioökonomische Compliance GRI 419

GRUNDSÄTZE

Integrität und Fairness im Geschäftsverkehr und im Umgang miteinander sind als wichtige Grundwerte im Leitbild der REWE Group verankert. Mit dem Verhaltenskodex der REWE Group hat das Unternehmen zudem Verhaltensstandards definiert, die für alle im Namen der REWE Group tätigen Mitarbeiter:innen – einschließlich Führungskräften sowie Geschäftsleitung – verpflichtend sind.

VERANTWORTLICHKEIT

Im Februar 2009 hat die REWE Group einen Chief Compliance Officer berufen und seit Juni 2010 bündelt und koordiniert der Zentralbereich Governance & Compliance die Aktivitäten der REWE Group. Diesem stehen in den jeweiligen Geschäftseinheiten und Landesgesellschaften dezentrale Compliance Officer als kompetente Ansprechpartner:innen zur Verfügung. Für die REWE Group in Österreich war das 2022 das Vorstandsmitglied Christoph Matschke. Als Bestandteil des

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

ZIEL

Das CMS verfolgt das Ziel, Verstößen gegen gesetzliche und unternehmensinterne Regelungen vorzubeugen und dadurch Schaden vom Unternehmen sowie die persönliche Haftung von Unternehmensorganen und Mitarbeiter:innen abzuwenden. Das CMS fokussiert sich auf rund 120 Gesellschaften der REWE Group, die nach bestimmten Kriterien wie Umsatzgröße und Mitarbeiter:innenanzahl ausgewählt werden. Damit wird ein hoher Abdeckungsgrad erreicht. Zukäufe werden sukzessive in das CMS integriert.

UMSETZUNG

Die REWE Group verfolgt ihr Ziel über die Etablierung und die Umsetzung eines konzernweiten Compliance-Management-Systems (CMS) zum Thema Datenschutz und gleichzeitig der konzernweiten Datenschutz-Governance-Funktion, die neben der ergänzenden datenschutzrechtlichen Beratung und Überwachung durch die Datenschutzbeauftragten sind die Datenschutzkoordinator:innen einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren für die Umsetzung der datenschutzrechtlichen Anforderungen. Die Gewährleistung des Compliance-Systems in der gesamten REWE Group sicherstellt sowie im Zuge dessen unter anderem unternehmensextern relevante Gesetze und Gerichtsurteile in konzernweite interne Regularien überführt und diese z. B. in Form einer Konzernrichtlinie im Unternehmen zur Verfügung stellt.

Alle etablierten Bestandteile des konzernweiten CMS zum Thema Datenschutz sind ausgerichtet am zugehörigen Prüfungsstandard (PS) 980 des Instituts der Wirtschaftsprüfer (IDW). Sie umfassen alle hierzu geforderten Grundelemente, wie Organisation, Risikomanagement oder auch die beständige Überwachung und Verbesserung des CMS. Hierzu werden, ausgerichtet nach dem sogenannten PDCA-Zyklus (plan–do–check–act), alle Elemente des CMS kontinuierlich für den REWE Group Datenschutz überprüft. Unabhängig von den Prüfungen der Konzernrevision sind zudem aktuell folgende Formate für Kontrollen und für die beständige Verbesserung etabliert: Überwachung durch die jeweiligen Datenschutzbeauftragten gemäß EU DS-GVO, inkl. Audits ausgewählter REWE Group-Bereiche sowie externer Auftragsverarbeiter,



Datenschutz als Bestandteil des konzernweiten Risikomanagements (RM) sowie des Internen Kontrollsystems (IKS), ein konzernweites Kennzahlen-Reporting, unter anderem zur datenschutzrelevanten Dokumentation Zweimal im Monat werden in einem Regeltermin der Datenschutz-Organisation Informationen und Erfahrungen ausgetauscht sowie Synergien geschaffen und Optimierungspotenziale identifiziert. Bei Bedarf werden konkrete Maßnahmen abgeleitet und umgesetzt. Stellen Kund:innen, Mitarbeitende, Geschäftspartner oder Aufsichtsbehörden Anfragen mit Bezug zum Datenschutz an Unternehmen der REWE Group, werden diese im Rahmen der Datenschutz-Organisation des Unternehmens dokumentiert, geprüft und bearbeitet. Die intern und extern benannten Datenschutzbeauftragten wirken auf den gesetzeskonformen Umgang mit personenbezogenen Daten und den hierfür eingesetzten Verarbeitungsprogrammen hin. Ebenso begleiten sie die Weiterentwicklung unternehmensspezifischer Datenschutz- und Datensicherungsmaßnahmen und beraten die Organisationseinheiten und Fachbereiche. Ihnen stehen konzernweit unterstützend die Datenschutzkoordinator:innen zur Seite.

Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik

GRI 102-17

In jedem Geschäftsfeld der REWE Group stehen allen Mitarbeiter:innen bei Compliance-Fragen dezentrale Compliance Officer (DCO) gemeinsam mit den Compliance-Delegierten zur Verfügung. Gleiches gilt für den Zentralbereich Governance & Compliance. Alle Beschäftigten der REWE Group haben die Möglichkeit, sich bei Fragen zu Compliance-Themen jederzeit und anonym an diese Ansprechpartner:innen zu wenden. Dies kann schriftlich, per Mail oder über die für diesen Zweck eingerichteten Hotlines erfolgen. Verstöße gegen gesetzliche Vorgaben oder interne Regelungen, insbesondere in Bezug auf Korruption, können über ein konzernweites Hinweisgebersystem gemeldet werden. Es dient dazu, ein unternehmensweit einheitliches und transparentes Vorgehen im Umgang mit Compliance-Hinweisen sicherzustellen. Formelle Beschwerden können aber auch an unterschiedliche Bereiche der REWE Group, beispielsweise Management, Compliance, Qualitätsmanagement, Einkauf oder direkt an die Märkte, gerichtet sein. Sämtliche Mitarbeiter:innen der REWE Group und Dritte – etwa Lieferanten oder Geschäftspartner – können Hinweise an die zuständigen Compliance Officer oder eine externe Ombudsperson melden.

Ein Compliance-Hinweis liegt bei einem Verdacht auf eine Straftat, Ordnungswidrigkeit oder einem anderen (auch internen) Regelverstoß vor. Dazu zählen insbesondere Korruptionsvorfälle oder Kartellverstöße. Nach der systematischen Erfassung des Hinweises im Compliance-Hinweistool erfolgt eine Zuordnung zum Zentralbereich Governance & Compliance oder dem zuständigen DCO. Anschließend erfolgt die Aufklärung des Sachverhalts, beispielsweise durch die Konzernrevision, die Marktrevision, externe Rechtsanwälte oder die interne Compliance-Organisation. Diese prüfen den Sachverhalt und teilen dem Bereich Governance & Compliance die Ergebnisse beziehungsweise die zu ergreifenden Maßnahmen mit. Deren Umsetzung, zum Beispiel arbeits- oder strafrechtlicher Art, liegt in der Verantwortlichkeit der operativen Einheiten. Nach der Aufklärung erhalten Hinweisgeber:innen eine Bestätigung über den Abschluss. Sofern sich ein Hinweis nicht bestätigt hat, werden alle personenbezogenen Daten im Einklang mit den lokal geltenden datenschutzrechtlichen Vorgaben gelöscht.

Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden

GRI 205-1

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

Die Rahmenbedingungen, Richtlinien und Prozesse für ein konzern einheitliches Risikomanagement von Kartellverstößen und Korruption werden durch den Zentralbereich Governance & Compliance geschaffen. Seit 2011 werden jährliche Compliance-Risikoanalysen durchgeführt und geeignete Maßnahmen zur Risikosteuerung entwickelt und implementiert. Im Zuge des Integrationsprojekts Governance Risk & Compliance (GRC) werden die Geschäftsbetriebs- und die Compliance-Risiken gemeinsam erhoben, einheitlich bewertet und in eine gruppenweite Systemlösung überführt.

Für weitere Informationen zum Risikomanagement siehe auch den kombinierten Lagebericht der REWE Group für das Geschäftsjahr 2022).



Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung

GRI 205-2

Alle Verwaltungsmitarbeiter:innen müssen auf nationaler Ebene eine Compliance-Einführung absolvieren. Dieses E-Training soll Bestechlichkeit verhindern. Es informiert darüber, wie mit Zuwendungen umzugehen ist. Im Jahr 2018 wurde mit der Konzeption von zwei neuen E-Learning-Modulen zu den Themen Verhaltenskodex und Antikorruption begonnen. Für beide Kurse sind zudem Refresher-Formate vorgesehen. Damit möchten wir sicherstellen, dass vermitteltes Wissen präsent bleibt. Alle Module sind seit 2019 gruppenweit auf den jeweiligen Learning-Management-Systemen verfügbar. Die Schulungen adressieren Führungskräfte und Mitarbeiter:innen gleichermaßen.

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

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

Gesamtzahl der Mitarbeiter:Innen, die 2022 in der Antikorruptionspolitik bzw. Compliance und den Verfahrensweisen der Organisation geschult wurden: 11.774

Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen

GRI 205-3

Hinweise, die bei den Compliance-Verantwortlichen eingehen, werden systematisch im Compliance-Hinweistool erfasst, bearbeitet und zur Aufklärung an die zuständigen Fachbereiche – insbesondere an die Konzernrevision – weitergeleitet. Diese prüfen den Sachverhalt und teilen dem Bereich Governance & Compliance die Ergebnisse und die zu ergreifenden Maßnahmen

mit. Deren Umsetzung, zum Beispiel arbeits- oder strafrechtlicher Art, liegt in der Verantwortlichkeit der operativen Einheiten. 2022 gab es keine bestätigten Korruptionsfälle bei der REWE Group in Österreich. Zusammen mit den dezentralen Compliance Officern führt der Zentralbereich Governance & Compliance in regelmäßigen Abständen Workshops durch, um das Compliance-Programm gemeinsam weiterzuentwickeln und präventive Maßnahmen zur Minimierung von Compliance -Risiken zu implementieren.

Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung

GRI 206-1

2022 gab es keine Verfahren gegen die REWE Group in Österreich aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Monopolbildung.

Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen

GRI 307-1

Es sind keine wesentlichen Umweltverstöße im Berichtszeitraum bekannt.

Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich

GRI 419-1

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

DIE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE DER REWE GROUP IN ÖSTERREICH

Wirtschaft und Umwelt müssen keine Gegensätze sein. Für uns bilden der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen und eine gesunde Umwelt den Rahmen für die stabile Entwicklung von Unternehmen bzw. der Wirtschaft.

„Nachhaltigkeit ist für die REWE Group in Österreich kein Trend, sondern wesentliches Element ihrer Unternehmensstrategie.“ Diesen Anspruch, der 2011 in der Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group vom Vorstand definiert wurde, wird durch die Entwicklung der Nachhaltigkeitsaktivitäten immer wieder bestätigt.



Nachhaltigkeitsstrategie

Die REWE Group in Österreich:

- übernimmt Verantwortung für ihre Mitarbeiter:innen
- achtet auf einen fairen Umgang mit Partnern und Lieferanten
- fördert nachhaltigere Sortimente
- handelt umwelt- und klimabewusst
- und setzt sich für Artenvielfalt und eine zukunftsfähige Gesellschaft ein.

Führungsstruktur

GRI 102-18

Befugniserteilende Stelle

GRI 102-19

Verantwortung der Führungsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen

GRI 102-20

Einbindung der Stakeholder bei ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen

GRI 102-21

Die zentrale Aufgabe des Lebensmittel- und Drogeriefachhandels hat sich in den vergangenen Jahren nicht geändert: Das wichtigste Ziel bleibt die sichere Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln und Produkten in hoher Qualität. Während die zentrale Aufgabe der Versorgung unverändert bleibt, wandelt sich die Gesellschaft und ihre Anforderungen und Werte einer ständigen Veränderung. Konsument:innen nehmen die österreichische Herkunft von Waren, die Produktion unter fairen Arbeitsbedingungen und einen ressourcenschonenden Herstellungsprozess als Zeichen von Qualität wahr. Hinzu kommen Wünsche, die teilweise widersprüchlich sind: Regionalität und Internationalisierung, gesunde Ernährung und Convenience Food, Tierwohl und Preissensibilität, Automatisierung und persönliche Beratung.

Anpassungsdruck kommt auch von kürzeren Innovations- und Veränderungszyklen. Sie sind Chance und Herausforderung zugleich. Als Unternehmensgruppe müssen wir uns diesen Anforderungen mit Weitblick stellen. Immer öfter müssen wir situativ Entscheidungen treffen, die einerseits mit allen langfristigen Strategien im Einklang sind.

Umso wichtiger ist es daher, konsequent für bestimmte Werte einzustehen. Das erreichen wir, indem wir Rahmenbedingungen schaffen, die neben dem wirtschaftlichen Erfolg auch einen verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen ermöglichen. Auf diese Weise erschaffen wir einen langfristigen Mehrwert für die Gesellschaft.

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

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

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

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

UMSETZUNG DER STRATEGIE IN DEN EINZELNEN HANDELSFIRMEN

Bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie erhalten die einzelnen Handelsfirmen Gestaltungsfreiheit. Das ermöglicht hohe Passgenauigkeit zur Strategie und zum Geschäftsmodell der jeweiligen Handelsfirma. Für alle Handelsfirmen gelten dabei die vier Nachhaltigkeitssäulen der REWE Group in Österreich und die Leitlinie Nachhaltiges Wirtschaften. Sie bilden den strategischen Rahmen bzw. die gemeinsame Zielformulierung und den Wertekanon des Nachhaltigkeitsengagements.

Innerhalb der für die vier Nachhaltigkeitssäulen definierten Handlungsfelder legt jede Handelsfirma Schwerpunkte auf die für sie relevanten Themen. Die Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group in Österreich sowie der Handelsfirmen werden regelmäßig neu beurteilt. In diesen Review fließen alle vorhandenen Informationen, wie Kund:innenbefragungen, Wettbewerbsanalysen oder Analysen zum politischen Diskurs, ein.



Strategische Schwerpunkte im Berichtszeitraum waren vorrangig der Ausbau des regionalen und ökologischen Sortiments, Tierwohl, Diversity Management, Verringerung von Lebensmittelverschwendung sowie umweltfreundlichere Verpackungen. Für weitere Informationen zu den Handlungsfeldern und den Key Performance Indikatoren siehe

die übergeordneten Managementansätze von „Grüne Produkte“ (Kapitel 2), „Energie, Klima und Umwelt“ (Kapitel 3), „Mitarbeiter:innen“ (Kapitel 4) und „Gesellschaftliches Engagement“ (Kapitel 5).

Nachhaltigkeitssäulen und Handlungsfelder der REWE Group in Österreich





NACHHALTIGKEITSORGANISATION

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

Jede Maßnahme für mehr Nachhaltigkeit des Unternehmens wird nur dann Erfolg haben, wenn sie in die Strategien der Handelsfirmen eingebunden ist und über die Linienstruktur umgesetzt wird. Um die Bedürfnisse der Kund:innen zielgenauer zu adressieren, spielen Marketingaktivitäten in der Nachhaltigkeit eine zunehmend wichtige Rolle. Da Nachhaltigkeit als integrativer Bestandteil der Geschäftstätigkeit gesehen wird, liegt die Verantwortung für die Umsetzung bei den jeweiligen Bereichsvorständen und Geschäftsführungen.

Den Dialog mit Stakeholdern führt die REWE Group in Österreich auf verschiedenen Ebenen. Auch die Vorstände sind darin regelmäßig und unmittelbar eingebunden. Beispiele dafür sind Treffen von Branchenverbänden oder bilaterale Gespräche mit zivilgesellschaftlichen und politischen Akteuren.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

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

Auf Grundlage dieser Analyse wurden die SDG und ihre Teilziele auf REWE Group-Ebene nach Priorität gereiht. Das Ergebnis wurde auf dem REWE Group-Dialogforum 2016 mit Stakeholdern diskutiert und das Feedback der Stakeholder in ein Gesamtranking einbezogen. Durch die gemeinsame Geschäftstätigkeit wurden diese SDG auch für die Unternehmenseinheit Handel International übernommen:

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

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

Zu diesen sechs Zielen hat die REWE Group insgesamt 27 SDG-Teilziele identifiziert, die für ihre Geschäftstätigkeit besondere Bedeutung haben. Die Analyse zeigt, dass die Nachhaltigkeitsaktivitäten der REWE Group in Österreich einen wichtigen Beitrag zur Zielerreichung der SDG leistet. Wir haben weitere Potenziale für zukünftiges Engagement für jede Nachhaltigkeitsssäule identifiziert und in den einzelnen Kapiteln dargelegt.

Weitere Informationen zu den Ansätzen der Nachhaltigkeitsssäulen finden sich hier im Bericht:

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



Stakeholderdialog



ANSATZ DER REWE GROUP IN ÖSTERREICH

Die REWE Group in Österreich ist mit ihren Handelsfirmen einer der bedeutendsten Nahversorger für Lebensmittel und Drogerieartikel und einer der größten Arbeitgeber:innen in Österreich. Ihre Geschäftstätigkeit betrifft viele unterschiedliche Menschen, Gruppen und Unternehmen. Daher ist der regelmäßige und transparente Austausch mit Stakeholdern ein wesentlicher Teil des Nachhaltigkeitsprozesses der REWE Group in Österreich.

Liste der Stakeholder-Gruppen GRI 102-40

Ermittlung und Auswahl der Stakeholder GRI 102-42

Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern GRI 102-43

Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen GRI 102-44

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

Zu den wesentlichen Stakeholdergruppen, mit denen das Unternehmen im Austausch steht, zählen Lieferant:innen, Konsument:innen, Geschäftspartner, Politik, Behörden, Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen (NGO) sowie die eigenen Mitarbeiter:innen. Im Rahmen der 2008 erarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie haben wir jene Stakeholdergruppen definiert, die für die REWE Group in Österreich relevant sind. Diese Auswahl haben wir in den folgenden Jahren immer wieder überprüft. Durch den intensiven Austausch – beispielsweise beim jährlichen Stakeholderforum, im Kund:innenbeirat, bei Branchentreffen, in Fachgremien, Stakeholderdialogen und -befragungen – wird die Auswahl den aktuellen Entwicklungen angepasst.

TEILNAHME AN BRANCHENINITIATIVEN UND PLATTFORMEN

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

BEFRAGUNGEN

Regelmäßig führen wir repräsentative Befragungen und Studien durch. Sie helfen uns, mehr Einsicht in die Erwartungen und Bedürfnisse unserer Interessensgruppen zu gewinnen.

KUND:INNEN- UND MITARBEITER:INNEN-KOMMUNIKATION

KUNDENSERVICECENTER

Unser Kundenservicecenter arbeitet im Auftrag unserer Handelsfirmen unter dem jö Bonus Club als zentrale Anlaufstelle. Im Berichtszeitraum nahmen 67 Mitarbeiter:innen wöchentlich rund 8.200 Anrufe entgegen. Sie bearbeiteten über 5.800 E-Mails und rund 3.800 Social-Media-Anfragen. Soweit möglich, wird alles noch am selben Tag beantwortet. Die Themen sind vielfältig. Sie reichen von der Änderung der Stammdaten bis zur Meldung eines Kartenverlusts, Produktanfragen sowie Erläuterungen zu Aktionen.

FLUGBLATTKOMMUNIKATION

Flugblätter sind nach wie vor das wichtigste Kommunikationsmittel im Lebensmitteleinzelhandel. Mit ihnen erreichen wir Millionen Menschen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen. Sie eignen sich daher besonders, um ein breites Bewusstsein für nachhaltigere Produkte im Sortiment zu schaffen. Bei BILLA, BILLA PLUS, PENNY und ADEG wurden nachhaltige Schwerpunktthemen kommuniziert sowie nachhaltig hergestellte Produkte (BIO, vegan, Tierwohl, u.a.)



Auflage Flugblätter 2022

HANDELSFIRMA	AUFLAGE
BILLA	3.000.000
PENNY	2.400.000
BIPA	3.000.000
ADEG	650.000

Auflage Kund:innenmagazine 2022

HANDELSFIRMA	AUFLAGE
Frisch Gekocht	650.000
Frisch Gekocht Kids	200.000
Maxima	220.000
Schmankerl Post	150.000
Land & Leut´	100.000

Unique Visitors der Websites pro Woche

WEBSITE	VISITORS
BILLA	240.000
PENNY	35.000
BIPA	142.000
ADEG	20.000



Wesentlichkeitsanalyse

VORGEHEN ZUR BESTIMMUNG DES BERICHTSINHALTS UND DER ABGRENZUNG DER THEMEN

GRI 102-46

Lebensmitteleinzelhandel, Drogeriefachhandel und Touristik – die REWE Group in Österreich ist breit aufgestellt. Das Thema Nachhaltigkeit betrifft uns in vielen Geschäftsgebieten und bei vielen Tätigkeiten. Die Wesentlichkeitsanalyse unterstützt uns bei der Frage, was die entscheidenden Themen sind und welche Maßnahmen und Schwerpunkte wir folglich setzen müssen. Die Einschätzung der internen und externen Stakeholder fließt in die diese Analyse ebenso ein, wie erwartete Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit auf Mensch, Tier und Umwelt.

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

Im zweiten Schritt haben wir Konsumenten- und Mitarbeiter:innen online befragt. Insgesamt 1.647 Stakeholder (503 extern, 1.144 intern) schätzten dabei die zuvor konsolidierten 19 Themen nach ihrer Relevanz ein. Am wichtigsten sind demnach umweltfreundlichere Verpackung, Tierwohl, faire Arbeitsbedingungen in den eigenen Bereichen und Klimaschutz. Im Vergleich zur Stakeholderbefragung aus dem Jahr 2018 haben vor allem die fairen Arbeitsbedingungen in den eigenen Bereichen an Relevanz gewonnen.

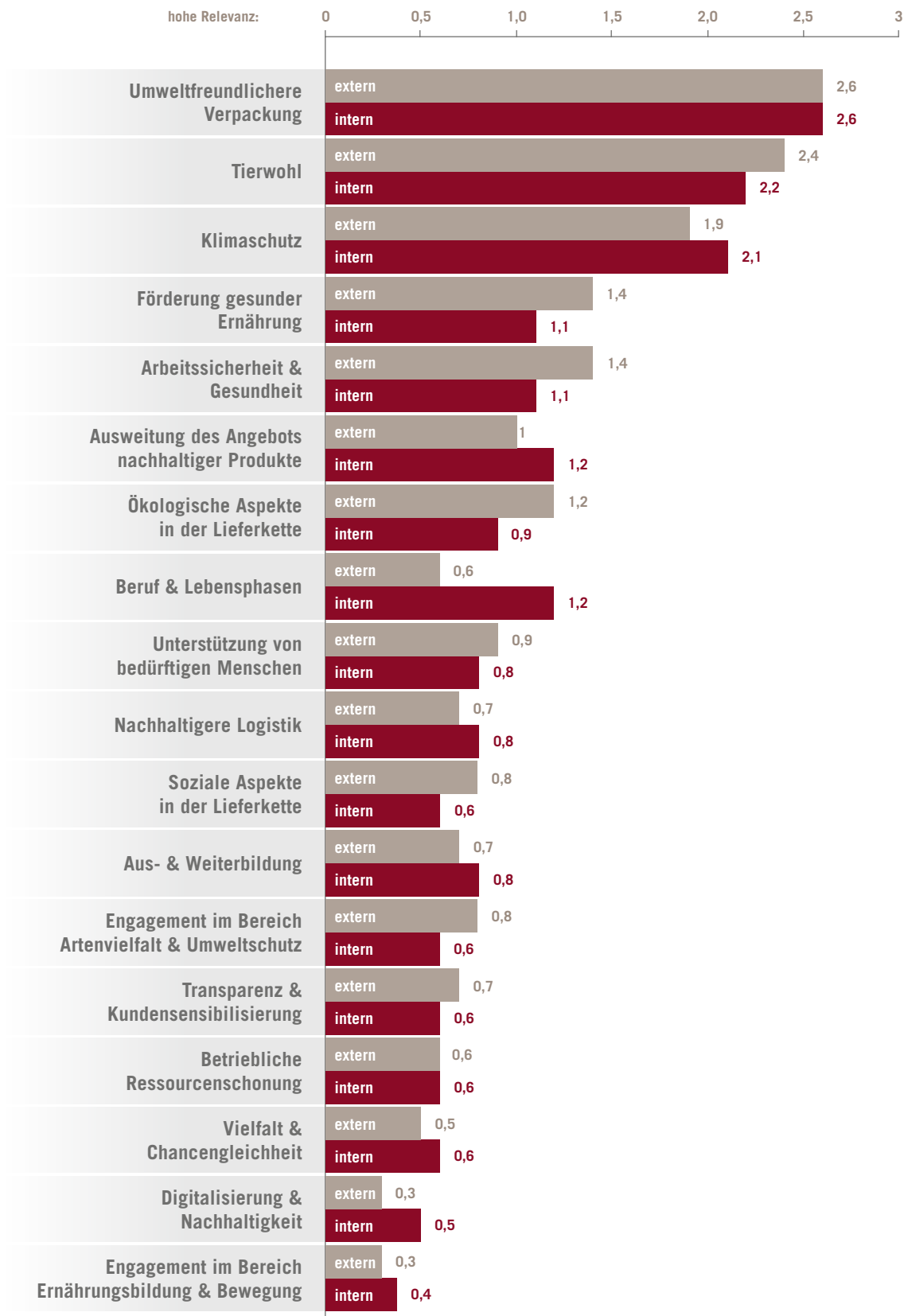
Zusätzlich konnten die Befragten die konkreten Erwartungen zu ihrem „Top-Thema“ ungestützt anführen. Ein Großteil der Befragten pocht auf die Reduktion bzw. Vermeidung von Plastik (insbesondere bei Obst und Gemüse) und fordert Alternativen zu Kunststoff. Das Thema Klimaschutz sahen die Befragten als Querschnittsthema. Sie erwarten von der REWE Group in Österreich, dass Klimaschutz bei allen Entscheidungen berücksichtigt wird. Vor allem kurze Lieferwege sind für eine große Gruppe der Befragten ein wichtiger Faktor. Eine artgerechte Haltung sowie den Verzicht auf Massentierhaltung und „Billigfleisch“ ist für einen Großteil der Befragten beim Thema Tierwohl prioritär.

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



RELEVANZ AUS SICHT DER INTERNEN UND EXTERNEN STAKEHOLDER

Wesentlichkeitsmatrix 2020





LISTE DER WESENTLICHEN THEMEN GRI 102-47

Themen der Wesentlichkeitsanalyse und zugeordnete GRI-Themen:

GRÜNE PRODUKTE

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

ENERGIE, KLIMA UND UMWELT

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

MITARBEITER:INNEN

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

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

- Engagement im Bereich Gesundheit und Bewegung: indirekte ökonomische Auswirkungen (GRI 203)
- Unterstützung von Bedürftigen: lokale Gemeinschaften (GRI 413)

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- Dialog: allgemeine Angaben (GRI 102)
- Faire Geschäftsbeziehungen: wettbewerbswidriges Verhalten (GRI 206)
- Integrität und Compliance: Korruptionsbekämpfung (GRI 205), politische Einflussnahme (GRI 415), sozioökonomische Compliance (GRI 419), Schutz der Kundendaten (GRI 418)
- Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung: Allgemeine Angaben (GRI 102)
- Ökonomische Performance: wirtschaftliche Leistung (GRI 201)

Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten GRI 102-45

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

Neudarstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten GRI 102-48

Grundsätzlich entspricht der Geltungsbereich der Daten jenem des Nachhaltigkeitsberichts 2021.

Berichtszeitraum GRI 102-50

Der Nachhaltigkeitsbericht der REWE Group in Österreich 2022 bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2022 (1. Januar 2022 bis 31. Dezember 2022).

Datum des letzten Berichts GRI 102-51

Der Nachhaltigkeitsbericht 2021 der REWE Group ist in Österreich am 1. Oktober 2022 erschienen.



Berichtsprofil

Berichtszyklus

GRI 102-52

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

Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht

GRI 102-53

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

Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards

GRI 102-54

Der Nachhaltigkeitsbericht 2022 entspricht den GRI-Standards (2016). Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards (Option „Kern“) erstellt.

GRI-Inhaltsindex

GRI 102-55

ORGANISATIONSPROFIL

GRI 102-1:	Name der Organisation
GRI 102-2:	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen
GRI 102-3:	Hauptsitz der Organisation
GRI 102-4:	Betriebsstätten
GRI 102-5:	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform
GRI 102-6:	Belieferte Märkte
GRI 102-7:	Größe der Organisation
GRI 102-8:	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeiter:innen
GRI 102-9:	Lieferkette
GRI 102-10:	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette

GRI 102-11:	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip
GRI 102-12:	Externe Initiativen
GRI 102-13:	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen Strategie
GRI 102-14:	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers Ethik und Integrität
GRI 102-16:	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen
GRI 102-17:	Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik Unternehmensführung
GRI 102-18:	Führungsstruktur
GRI 102-19:	Delegation von Befugnissen
GRI 102-20:	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen
GRI 102-21:	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen Einbindung von Stakeholdern
GRI 102-40:	Liste der Stakeholder-Gruppen
GRI 102-41:	Tarifverträge
GRI 102-42:	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder
GRI 102-43:	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern
GRI 102-44:	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen Vorgehensweise bei der Berichterstattung
GRI 102-45:	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten
GRI 102-46:	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen
GRI 102-47:	Liste der wesentlichen Themen
GRI 102-48:	Neudarstellungen von Informationen
GRI 102-49:	Änderungen bei der Berichterstattung
GRI 102-50:	Berichtszeitraum
GRI 102-51:	Datum des aktuellsten Berichts
GRI 102-52:	Berichtszyklus
GRI 102-53:	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht
GRI 102-54:	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards
GRI 102-55:	GRI-Inhaltsindex
GRI 102-56:	Externe Prüfung

Wesentliche Themen:

GRI 103:	Managementansatz wirtschaftliche Leistung
GRI 103:	Managementansatz Grüne Produkte



GRI 103:	Managementansatz Energie, Klima und Umwelt	GRI 305:	Biodiversität
GRI 103:	Managementansatz Mitarbeiter:innen	GRI 305-1:	Emissionen 2016
GRI 103:	Managementansatz Gesellschaftliches Engagement	GRI 305-2:	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)
GRI 201:	Wirtschaftliche Leistung	GRI 305-3:	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)
GRI 201-1:	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	GRI 305-4:	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)
GRI 201-3:	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne	GRI 305-5:	Intensität der THG-Emissionen
GRI 203:	Indirekte ökonomische Auswirkungen	GRI 305-6:	Senkung der THG-Emissionen
GRI 203-1:	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	GRI 305-6:	Emissionen Ozon abbauender Substanzen (ODS)
GRI 203-2:	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	GRI 305-7:	Stickstoffoxide (NOX), Schwefeloxide (SOX) und andere signifikante Luftemissionen
GRI 204:	Beschaffungspraktiken	GRI 306:	Abwasser und Abfall
GRI 204-1:	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	GRI 306-2:	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode
GRI FP1:	Anteil des Einkaufsvolumens, welches in Übereinstimmung mit den Leitlinien des Unternehmens beschafft wurde	GRI 307:	Umwelt-Compliance
GRI FP2:	Anteil des Einkaufsvolumens, welches nach anerkannten Standards zertifiziert ist	GRI 307-1:	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen
GRI 205:	Korruptionsbekämpfung	GRI 308:	Umweltbewertung der Lieferanten
GRI 205-1:	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	GRI 308-2:	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen
GRI 205-2:	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	GRI FP10:	Tierwohl
GRI 205-3:	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	GRI 401:	Beschäftigung
GRI 206:	Wettbewerbswidriges Verhalten	GRI 401-1:	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation
GRI 206-1:	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	GRI 401-3:	Karenz
GRI 301:	Materialien und Verpackungen	GRI 402:	Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis
GRI 301-1:	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen (Materialien und Verpackungen)	GRI 402-1:	Mindestmitteilungsfristen für betriebliche Veränderungen
GRI 301-2:	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe (Materialien und Verpackungen)	GRI 403:	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
GRI 302:	Energie	GRI 403-2:	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage, Abwesenheit und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle
GRI 302-1:	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	GRI 403-3:	Mitarbeiter mit einem hohen Auftreten von oder Risiko für Krankheiten, die mit ihrer beruflichen Tätigkeit in Verbindung stehen
GRI 302-3:	Energieintensität	GRI 404:	Aus- und Weiterbildung
GRI 302-4:	Verringerung des Energieverbrauchs	GRI 404-2:	Programme zur Verbesserung der Kompetenz der Angestellten und zur Übergangshilfe
GRI 303:	Wasser 2016	GRI 404-3:	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten
GRI 303-1:	Wasserentnahme nach Quellen	GRI 405:	Diversität und Chancengleichheit
GRI 304:	Biodiversität	GRI 405-1:	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten
GRI 304-2:	Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die	GRI 406:	Nichtdiskriminierung
		GRI 406-1:	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen



- GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte
- GRI 412-2: Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren
- GRI 413: Lokale Gemeinschaften
- GRI 413-2: Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften
- GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten
- GRI 414-2: Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen
- GRI 415: Politische Einflussnahme
- GRI 415-1: Parteispenden
- GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit
- GRI 416-1: Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit
- GRI 416-2: Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit
- GRI 417: Marketing und Kennzeichnung
- GRI 417-1: Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung
- GRI 417-3: Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation
- GRI 418: Schutz der Kund:innendaten
- GRI 418-1: Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten
- GRI 419: Sozioökonomische Compliance
- GRI 419-1: Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich

Externe Prüfung

GRI 102-56

Die Eingangsdaten der Klimabilanz wurden durch INFRAS AG geprüft.



Wirtschaftliche Leistung

MANAGEMENTANSATZ

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

Wirtschaftliche Leistungen

GRI 201

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

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

Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

GRI 201-1

Siehe Kapitel Management

Unternehmenszahlen der REWE Group in Österreich siehe Kapitel Management

Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne

GRI 201-3

Die private Vorsorge für das Alter gewinnt angesichts der demografischen Entwicklung zunehmend an Bedeutung. Dessen ist sich auch REWE Group in Österreich bewusst und bietet ihren Mitarbeiter:innen eine betriebliche Altersvorsorge. Seit 2010 wurde diese Möglichkeit institutionalisiert. 2022 wurde sie von über 2.088 Mitarbeiter:innen in Anspruch genommen. Die Beiträge zur betrieblichen Altersvorsorge (von Arbeitnehmer:innen und Arbeitgeber:innen) betragen im Berichtszeitraum 647.474 EUR. Die Versicherung kann beim nächsten Arbeitgeber:innen weitergeführt werden.

WEITERE LEISTUNGEN

Die REWE Group in Österreich bietet allen Mitarbeiter:innen auf jeden Einkauf einen Rabatt, der 2022 in Summe über 11,9 Mio. EUR betrug.





Zusammenarbeit mit Politik

MANAGEMENTANSATZ

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

Politische Einflussnahme GRI 415

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

Weiterhin nahmen Vertreter:innen der REWE Group in Österreich als Redner:innen oder Diskutant:innen an Veranstaltungen von Behörden, Parteien und Verbänden zu für die REWE Group in Österreich relevanten politischen und gesellschaftlichen Themen teil. Dabei geht es vorwiegend darum, auf Auswirkungen und Risiken von bestehenden oder geplanten Regulierungen hinzuweisen. Beispiele waren das Verbot der Kunststofftragetaschen, Nachtfahrverbote u. a. m.

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

Gesamtwert politischer Spenden GRI 415-1

Im Berichtszeitraum wurden keine Spenden an politische Parteien getätigt.





MANAGEMENTANSATZ

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

Schutz der Kund:innendaten

GRI 418

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

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

Die Datenschutzbeauftragten berichten unmittelbar an die Geschäftsführung der Gesellschaften oder an den Vorstand der REWE International AG. 2022 gab es innerhalb der REWE Group 25 Datenschutzbeauftragte.

Die konzernweite Regelungshoheit (Governance) zum Datenschutz, die Leitung des REWE Group Datenschutz-Boards ebenso wie die Konsolidierung des Reportings und der Kontrollen obliegt dem zentralen Datenschutz-Management. Es ist zudem dafür verantwortlich, Synergien zwischen den Aktivitäten der Datenschutzkoordinator:innen und Datenschutzbeauftragten zu fördern und Informations- und Schu-

lungskampagnen für die REWE Group bereitzustellen. Mit dem Datenschutz-Board gewährleistet die REWE Group, dass die konzernrelevanten Umsetzungsbedarfe für unterjährige Urteile zum Datenschutz geklärt und den Verantwortlichen über die Datenschutz-Organisation bereitgestellt werden. Im Berichtszeitraum wurde neben dem bestehenden konzernweiten Reporting zu Datenschutz das Berichtswesen zu den Auditplänen und -berichten optimiert. Darüber hinaus wurden auch die Tätigkeitsberichte der Datenschutzbeauftragten verbessert. Die Überarbeitungen tragen unter anderem zu einer Erhöhung der Transparenz über relevante Handlungsfelder für alle maßgeblich Beteiligten bei. Zudem wurden die bisher gesammelten Erfahrungen zur Umsetzung der EU DS-GVO sowie unterjährig erfolgte Gerichtsurteile zu verschiedenen datenschutzrechtlichen Belangen ausgewertet. Die Ergebnisse flossen in die Optimierung der datenschutzrelevanten Dokumentationen und Prozesse ein

Anfragen, Beschwerden und Meldungen zu Datenschutzverletzungen

GRI 418-1

Im Berichtsjahr gab es vereinzelt Anfragen zu den Betroffenenrechten. Alle Beschwerden und Meldungen zu potenziellen Datenschutzverletzungen oder -verstößen wurden überprüft, bearbeitet und dokumentiert. 2022 wurden vier Datenschutzvorfälle aus den österreichischen Gesellschaften der REWE Group gemeldet.

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

Grüne Produkte



Grüne Produkte



STRATEGISCHER ANSATZ

Verantwortungsvolle, kompetente Sortimentssteuerung ist für die REWE Group in Österreich zentraler Baustein, um zukünftigen Herausforderungen gerecht zu werden und einen messbaren Beitrag zu Klima-, Umweltschutz und sozialer Gerechtigkeit zu leisten. Die REWE Group in Österreich arbeitet bereits seit vielen Jahren daran, die Sortimente ihrer Handelsfirmen BILLA, BILLA PLUS, PENNY, ADEG und BIPA nachhaltiger zu gestalten und vermehrt Produkte mit nachhaltigem Mehrwert anzubieten. Der Ausbau an biologischen, saisonalen und regionalen Lebensmitteln zählt hier ebenso dazu wie die Entwicklung von Eigenmarkenprodukten, die das Klima weniger belasten und bei denen in der Lieferkette umfassende Verbesserungen hinsichtlich sozialer und ökologischer Aspekte erzielt werden.

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

Für die einen geht es um den Natur- oder Ressourcenschutz, während andere eher auf die sozialen Bedingungen oder Tierschutz Wert legen. Die REWE Group in Österreich trägt diesen Bedürfnissen Rechnung und überzeugt zugleich immer mehr Menschen von nachhaltigeren Produkten und Dienstleistungen. Nachhaltigkeit begreift die REWE Group in Österreich dabei als einen Teil der Geschäftsstrategie, der zum wirtschaftlichen Erfolg beiträgt und einen wichtigen Wachstumstreiber darstellt. Die unterschiedlichen Anforderungen und vielfältigen Erwartungshaltungen stellt die REWE Group in Österreich dabei laufend vor neue Herausforderungen. Als Nahversorger und Produzent von Eigenmarken will die REWE Group in Österreich auch in Zukunft gewährleisten, dass Kund:innen weiterhin die Fülle an qualitativ hochwertigen Lebensmitteln und Produkten in den Regalen von BILLA, BILLA PLUS, PENNY

und ADEG finden. Ein wichtiger Baustein dafür sind langfristige und intensive Partnerschaften mit der Landwirtschaft. Sie bilden die Basis nachhaltiger Beschaffung.

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

Die Mission der Nachhaltigkeitssäule „Grüne Produkte“ lautet: „Wir erfüllen Kund:innenerwartungen, profilieren uns mit nachhaltigeren Lieferketten im Wettbewerb und minimieren unser Risiko.“ Sie bildet das Dach der Strategie, die auf eine aktive Gestaltung nachhaltigerer Sortimente und die Förderung des Konsums nachhaltigerer Produkte abzielt.

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



VIER HANDLUNGSFELDER

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

1. BEWUSSTE ERNÄHRUNG

Die REWE Group in Österreich setzt sich für eine vielfältige und gesunde Ernährung ein. Das Unternehmen bietet seinen Kund:innen ein breites Sortiment zur ausgewogenen Ernährung mit natürlichen Inhaltsstoffen an. Schwerpunkte sind die Reduzierung von kritisierten Inhaltsstoffen, die Erhöhung der Lebensmittelsicherheit und die Reduktion von Pestiziden. Viele Eigenmarken enthalten weniger Zucker. Bis 2023 sollen bei 200 Artikel des Eigenmarken-Sortiments die Rezepturen weiter überarbeitet werden. Der Anteil von Zucker und Salz soll verringert werden. Dabei werden keine alternativen Süßungsmittel als Ersatz genutzt. Die Zuckerreduktion soll schrittweise erfolgen, damit sich die Kund:innen langsam an den neuen Geschmack gewöhnen können.

2. FAIRNESS UND SOZIALSTANDARDS

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

3. ARTENVIELFALT UND LEBENSRÄUME (RESSOURCENSCHONUNG)

Die Nutzung natürlicher Ressourcen und die Konkurrenz um knappe Ressourcen wie Frischwasser, Land und Rohstoffe steigen weltweit. Gleichzeitig nehmen damit globale Umweltprobleme wie Klimawandel, Bodendegradation oder Biodiversitätsverlust zu. Diese Effekte spiegeln sich in Lieferketten.

Die REWE Group in Österreich nimmt daher ihre Verantwortung wahr und setzt sich für den Schutz natürlicher

Ressourcen, den Erhalt von Biodiversität und für die Stärkung von Lebensräumen ein. Auf diese Weise sollen die Umwelt geschont und Plastik und Verpackungen nachhaltig reduziert werden. Um die Versorgung mit regionalen Produkten langfristig sicherzustellen, wurde dem Erhalt bzw. der Förderung der Biodiversität in Österreich ein besonderer Schwerpunkt eingeräumt.

4. TIERWOHL

Die Nutztierhaltung ist ein wesentlicher Zweig der landwirtschaftlichen Produktion – die Haltungsbedingungen sind für das Wohlbefinden der Tiere entscheidend. In heutigen Produktionssystemen sind diese Bedingungen nicht immer an die natürlichen Bedürfnisse der Tiere angepasst. Ferner werden häufig routinemäßige Eingriffe am Tier durchgeführt, um die Tierhaltung in den konventionellen Haltungssystemen zu ermöglichen.

Als Lebensmittelhändler setzt sich die REWE Group in Österreich für die Verbesserung der Haltungsbedingungen von Tieren und die Reduktion von Eingriffen am Tier ein. Dies umfasst tiergerechte Haltungsbedingungen, die Vermeidung von schmerzhaften Eingriffen sowie die Nutzung alternativer Rasen und die Limitierung der Überzüchtung.



ZIELE UND KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPI)

Für die Handlungsfelder wurden in den vergangenen Jahren Ziele und Key Performance Indikatoren für die Eigenmarken definiert. Der Status der Zielerreichung wird mithilfe der KPI überprüft und im Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht.

Im folgenden Abschnitt werden ausgewählte Ziele dargestellt:

Handlungsfeld Bewusste Ernährung

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

Handlungsfeld Fairness und Sozialstandards

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

Handlungsfeld Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung):

- Seit 2012 gilt das strategische Ziel des überproportionalen Wachstums des Bio-Sortiments im Vergleich zu konventionellen Artikeln (Eigen- und Industriemarken) für die ganze REWE Group in Österreich.
- 100 Prozent umweltfreundlichere Eigenmarken-Verpackungen bis 2030.
- Seit 2014 sind alle Palmölbestandteile bei Eigenmarken aus zertifizierter Produktion.
- Seit 2003 unterliegen alle Obst und Gemüseprodukte den strengen Kriterien des Pestizidreduktionsprogramm (PRP) der Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000.
- Seit 2009 Eigenmarken-Wildfische und Meeresfrüchte nur mehr aus nachhaltigerer Fischerei.

Handlungsfeld Tierwohl

- Seit 2013 Zertifizierung oder eindeutiger Nachweis, dass bei der Herstellung von Artikeln unter einer Eigen- oder Exklusivmarke nur Eier und Eiprodukte aus Bodenhaltung oder Freilandhaltung Verwendung finden.
- Seit 2015 Bruderhahnaufzucht bei allen „Ja! Natürlich“ Frischeiproduzenten.
- 100 % Frischfleisch aus Österreich bei BILLA

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Die Säule „Grüne Produkte“ hat auch die globalen Ziele einer nachhaltigen Entwicklung im Blick. Dazu hat die REWE Group in Österreich im Berichtszeitraum ihre Nachhaltigkeitsstrategie mit den Sustainable Development Goals (SDG) abgeglichen und die für sie relevanten SDG identifiziert und priorisiert. Für Details siehe Kapitel 1.8.7 Sustainable Development Goals.

Drei der höchstbewerteten SDG fallen in den Verantwortungsbereich der Säule „Grüne Produkte“: SDG 12: verantwortungsvoller Konsum, SDG 15: Leben an Land, SDG 14: Leben unter dem Wasser.

REPORTING

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

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

Produktbezogene Risikoanalysen



RISIKOMANAGEMENT

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

Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip GRI 102-11

Als international tätiges Handelsunternehmen ist die REWE Group in Österreich wirtschaftlichen Risiken ausgesetzt – beispielsweise logistischen Risiken, Preisentwicklungen und Gesetzen und Vorschriften mit zum Teil kurzen Reaktionszeiten. Ein einheitliches Risikomanagement begegnet diesem Gefahrenpotenzial erfolgreich und sichert nachhaltig Chancen. Die Führungs- und Aufsichtsgremien werden halbjährlich über die aktuelle Risikolage in standardisierter Form unterrichtet. Hierzu melden die Risikoverantwortlichen über Inventuren stichtagsbezogen melderrelevante Einzelrisiken aus den Risikofeldern. Risiken mit ähnlichen Inhalten und Ursachen werden anschließend auf Ebene der Konzerne zu Risikoarten aggregiert. Gemäß ihrem Bedrohungspotenzial für die Geschäftstätigkeit, Finanz- und Ertragslage, Cashflows sowie Reputation klassifizieren wir diese.

ANALYSE DER SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN RISIKEN IN DEN LIEFERKETTEN

Die Risikoanalyse dient dazu, die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Menschen und Umwelt zu ermitteln sowie zu bewerten. Ziel ist, einen umfassenden Überblick entlang der Wertschöpfungsketten zu erlangen. So soll identifiziert werden, welche wesentlichen negativen ökologischen und sozialen Auswirkungen die Eigenmarkenprodukte haben und an welchen Stellen diese auftreten.

Eine umfassende Analyse stellt damit die Basis für die strate-

gische Ausrichtung nachhaltigerer Sortimente dar. Sie dient der Entscheidung, welche Maßnahmen mit welcher Priorität ergriffen werden – mit dem Ziel, ermittelte Risiken zu minimieren und Chancen zu nutzen. So wurden die Informationen zur Ausarbeitung der Strategie verwendet, in der Themen, Key Performance Indikatoren, Ziele und Maßnahmen definiert sind. Die Analysen gliedern sich in zwei Stränge: eine qualitative und eine quantitative Analyse.

Im Rahmen der qualitativen Untersuchung werden wissenschaftliche Studien und Reports ausgewertet und Interviews mit Einkäufer:innen und Expert:innen geführt. Auf diese Weise werden die wesentliche Nachhaltigkeitsthemen entlang der Wertschöpfungsketten ermittelt. Hierbei werden neben den ökologischen Auswirkungen auch Risiken im Bereich Arbeitsbedingungen und Menschenrechte identifiziert.

Der quantitativen Analyse auf Basis einer Input-Output-Analyse liegt ein volkswirtschaftliches Modell zugrunde. Hierzu werden die ökologischen Auswirkungen in der Lieferkette, etwa Treibhausgasemissionen, ermittelt und in monetäre Beiträge umgerechnet. Die sozialen Auswirkungen werden beurteilt, indem u. a. die qualitativen Untersuchungen mit dem Einkaufsvolumen des Unternehmens sowie mit Informationen über Produktions- und Ursprungsländer verknüpft werden. Dadurch werden ökologische und soziale Risiken monetär bewertet. So können für einzelne Warengruppen die externen Kosten des eigenen Wirtschaftens quantifiziert werden.

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

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

Regionalität



Kund:innen und Kunden verbinden den Begriff Nachhaltigkeit nach wie vor am stärksten mit Regionalität. Im Zentrum steht der regionale Lebensraum, in dem Menschen leben und arbeiten und wo sie sozial eingebunden sind. Das Engagement der REWE Group in Österreich für den Erhalt und die Unterstützung des Lebensraums (Infrastrukturmaßnahmen, Arbeitsplätze, Landwirtschaft, Sponsoring, u.a.) hat einen unmittelbaren positiven Einfluss auf die dort lebenden Menschen.

Eine Auseinandersetzung mit der Herkunft von Produkten ist für viele Österreicher:innen mittlerweile selbstverständlich geworden. Insbesondere die regionale Herkunft der Produkte ist dabei vielen Kund:innen wichtig. Ein regionales Sortiment stärkt Landwirte und Betriebe aus dem Umland und damit auch den Lebensraum von Kund:innen. Gleichzeitig können kurze Transportwege und Saisonalität für einen geringeren ökologischen Fußabdruck sorgen.

ANTEIL AN AUSGABEN FÜR LOKALE LIEFERANTEN

GRI 204-1

Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten

Kund:innen verbinden Nachhaltigkeit primär mit Regionalität. Im Zentrum steht der regionale Lebensraum, in dem Menschen leben und arbeiten und wo sie sozial eingebunden sind. Das Engagement der REWE Group in Österreich für den Erhalt und die Unterstützung des Lebensraums (Infrastrukturmaßnahmen, Arbeitsplätze, Landwirtschaft, Sponsoring u. a.) hat einen unmittelbaren positiven Einfluss auf die dort lebenden Menschen. Die Bevölkerung will wissen, woher die Lebensmittel stammen. Insbesondere die regionale Herkunft der Produkte ist dabei vielen Kund:innen wichtig. Ein regionales Sortiment stärkt Landwirte und Betriebe aus dem Umland – und damit auch den Lebensraum von Kund:innen. Das Angebot von regionalen Lebensmitteln und Produkten hat bei den Umfragen zur Nachhaltigkeit nach wie vor einen sehr hohen Stellenwert. Als Hauptgründe werden kurze Transportwege, besondere Frische und Unterstützung der heimischen Landwirtschaft angeführt. Die REWE Group in Österreich hat ihre regionalen Sortimente in den vergangenen Jahren stark ausgebaut. Grundlagen dafür sind langfristige Beziehungen mit Lieferanten in der Region sowie die transparente und aufmerksamkeitsstarke Kommunikation der besonderen Qualität dieser Produkte an die Konsument:innen.

Das „Ja! Natürlich“ Sortiment wird laufend erweitert und umfasst derzeit rund 1.100 Produkte für deren Herstellung die Rohstoffe zu 80 Prozent aus Österreich stammen. Um die hohen Qualitäts- und Nachhaltigkeitsansprüche umsetzen zu können zählt „Ja! Natürlich“ dabei auf die langjährige und vertrauensvolle Kooperation mit rund 4.200 österreichischen Bio-Landwirt:innen und 177 heimischen Partnerbetrieben. Ein weiterer Meilenstein war 2018 die Einrichtung eines eigenen Einkaufsbereiches für regionale/lokale Produkte, der es ermöglicht, noch direkter und unmittelbarer auf kleine Betriebe und Produzent:innen zuzugehen. Durch den persönlichen Kontakt können die umfassenden Voraussetzungen für die Kooperation mit neuen Lieferant:innen vereinfacht und Hürden in der Zusammenarbeit überwunden werden.

Kennzeichnung regionaler Produkte

Die Regionalmarke „Da komm' ich her!“⁽¹⁾ wurde 2014 bei BILLA, BILLA PLUS und ADEG eingeführt. 2022 konnten damit über 84 Mio. Kundenkontakte⁽²⁾ erreicht werden. Das Sortiment der Eigenmarke umfasst frisches Obst und Gemüse sowie Eier und beinhaltet mittlerweile 200 Artikel⁽³⁾. Die Produkte sind saisonal verfügbar und kommen aus nahen Regionen.

Seit 2013 bietet BILLA mit dem „Regional Regal“ lokalen Betrieben eine Plattform für ihre Produkte. Insgesamt liefern in Österreich knapp 200 Produzenten aus 32 Regionen rund 600 regionale Spezialitäten. Die Palette reicht von Honig über Säfte bis zu Knabbergebäck. Im Durchschnitt finden sich in jedem BILLA Regional Regal etwa 40 verschiedene Artikel.

Unter der Regional-Offensive „is' heimisch“ schaffen BILLA und BILLA PLUS seit 2021 für ihre Kund:innen eine einfache, klare Kennzeichnung für lokale, regionale und österreichische Produkte – auf Basis einer transparenten und leicht nachvollziehbaren Definition von Lokalität und Regionalität. "Lokal" bedeutet maximal 30 Kilometer rund um den Markt. Mit "regional" werden Produkte ausgezeichnet, die aus dem Bundesland kommen, in dem der BILLA oder BILLA Plus Markt gelegen ist. Um noch mehr heimische Produkte in die Regale von BILLA und BILLA PLUS zu bringen und österreichische Lieferanten zu stärken, werden zudem „Lokalpartnerschaften“ eingeführt, um vor allem kleinen und kleinsten Lieferanten den Weg in die BILLA Regale weiter zu erleichtern.



Unter der PENNY Eigenmarke „Ich bin Österreich“ werden Produkte angeboten, die nach typisch österreichischer Rezeptur hergestellt werden. Die Zutaten stammen zu 100 Prozent aus Österreich. 2022 umfasste das Sortiment der Eigenmarke rund 580 Artikel²). Insgesamt konnten 2022 mit „Ich bin Österreich“ Artikeln über 156 Millionen Kundenkontakte³) erzielt werden.

¹ BILLA, BILLA PLUS und Sutterlüty in Österreich.

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

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

EINKAUFSVOLUMEN IN ÜBEREINSTIMMUNG MIT DEN LEITLINIEN DES UNTERNEHMENS GRI FP1

Umweltschutz wird beim internationalen Rohstoffanbau immer wieder missachtet. Viele Verarbeiter halten nicht an Arbeits- und Sozialstandards. Deshalb prüfen wir diese Risiken genau. Im Rahmen von produktbezogenen Risikoanalysen ermittelte die REWE Group in Österreich folgende kritische Rohstoffe im Food-Bereich: Obst und Gemüse allgemein, Fleisch und Milchprodukte inklusive Futtermittel für Tiere, Kakao, Palmöl und Fisch. Die REWE Group in Österreich arbeitet kontinuierlich daran, ihre Lieferketten sozial und ökologisch verträglicher zu gestalten. Dabei setzt das Unternehmen auf international anerkannte produktbezogene Zertifizierungsstandards. Wir arbeiten gemeinsam mit der Branche an Initiativen, setzen eigene Projekte auf und formulieren Leitlinien für eigene Anforderungen.

Im Folgenden werden die wichtigsten Ansätze für einzelne Rohstoffe vorgestellt.

OBST UND GEMÜSE

Die REWE Group in Österreich akzeptiert die Lieferung landwirtschaftlicher Primärprodukte wie Obst und Gemüse nur dann, wenn diese von Produzent:innen stammt, die sich zur Einhaltung der Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) im Rahmen der jeweils geltenden nationalen Gesetzgebung verpflichten. Gleichzeitig ist zumindest der geltende gesetzliche, tarifliche oder vertraglich vereinbarte Lohn zu bezahlen. Beide Anforderungen sind verpflichtend und müssen von Lieferanten belegt werden können. Die Lieferanten stehen zudem in der Verantwortung, diese Anforderungen auch für ihre Zulieferer sicherzustellen. Seit 2016

müssen überdies alle Erzeuger von internationalen Obst- und Gemüseprodukten die Einhaltung der oben benannten Anforderungen in Form von externen Audits belegen. Beispiele: GLOBALG.A.P. Risk Assessment on Social Practice (GRASP), SA8000, Sustainable Agriculture Network (SAN), amfori BSCI. Die Ergebnisse der Audits werden zweimal im Jahr in Performancegesprächen mit den Lieferanten thematisiert. Wo nötig, werden Verbesserungen eingefordert. Neben den sozialen Aspekten in der Obst- und Gemüseproduktion engagiert sich die REWE Group in Österreich auch für die Minderung von unerwünschten ökologischen Auswirkungen. Bereits vor über 20 Jahren wurde dazu bei BILLA, BILLA PLUS, ADEG und PENNY das Pestizidreduktionsprogramm (PRP) für Obst und Gemüse aus konventioneller Landwirtschaft in Kooperation mit der unabhängigen, österreichischen Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000 ins Leben gerufen. Mit strengen Kontrollen wird seit 2022 anhand regelmäßiger Testungen die Pestizidbelastung bei Obst- und Gemüsesorten kontinuierlich überprüft und auf ein absolutes Minimum reduziert. Ebenso setzen die Handelsfirmen der REWE Group Österreich bei Obst und Gemüse aus dem globalen Süden auf die Umsetzung international anerkannter Standards wie Rainforest Alliance oder Fairtrade.

PALMÖL

Zunehmender Palmölanbau führt zu einem Verlust von Torf und Regenwäldern. Dadurch wird der lokalen Bevölkerung häufig ihre Lebensgrundlage entzogen. Lebensräume für wertvolle Arten gehen verloren. Zudem werden durch die Rodung der Regenwälder große Mengen CO₂ freigesetzt. Vor diesem Hintergrund hat die REWE Group Anfang 2011 mit der Leitlinie für Palmöl- und Palmkernölerzeugnisse das Ziel formuliert, für ihre Eigenmarken ausschließlich Palmöl aus nachhaltiger Produktion zu verwenden. Die REWE Group in Österreich setzt vornehmlich auf den Zertifizierungsstandard des Runden Tisches für nachhaltiges Palmöl (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO). Wir sind seit 2011 Mitglied. Bei der Beschaffung von zertifiziertem Palmöl gibt es vier Handelsmodelle in den Lieferketten, die unterschiedliche Ansprüche an die Rückverfolgbarkeit des Rohstoffs zu den Plantagen stellen. Seit 2014 bezieht die REWE Group in Österreich ausschließlich zertifiziertes Palmöl. „Ja! Natürlich“ verzichtet seit 2018 gänzlich auf Palmöl und stellte seine Produkte auf alternative, vor allem heimische Pflanzenöle um.



Die Ziele der Leitlinie Palmöl sind Teil einer Selbstverpflichtung, die die REWE Group als Mitglied des Forums Nachhaltiges Palmöl (FONAP) 2015 unterzeichnet hat. Die Mitglieder des FONAP haben sich verpflichtet, ausschließlich nachhaltig zertifiziertes Palmöl, Palmkernöl sowie deren Derivate und Fraktionen in ihren Produkten zu verwenden. Mit den ambitionierten Zielen der Selbstverpflichtung soll die Rückverfolgbarkeit des verwendeten Palmöls unter der Einhaltung definierter Zusatzkriterien langfristig sichergestellt werden. Dazu gehört auch, Palmöl über das anspruchsvolle Handelsmodell Segregation zu beziehen: Nachhaltig zertifizierte Ware wird dabei entlang der gesamten Lieferkette durchgängig von nicht zertifizierter Ware getrennt. Die REWE Group in Österreich hat dies – unter der Berücksichtigung der individuellen Zielsetzung je Palm(kern)ölerzeugnis – im Jahr 2020 mit allen Eigenmarkenprodukten fast zur Gänze erfüllt. Wir arbeiten gemeinsam mit den Lieferanten daran, auch das letzte Prozent zur Vervollständigung der Ziele zu erreichen. Das fordert kleinere Lieferanten mit komplexen Lieferkettenstrukturen. Einzelne Lieferanten konnten die Umstellung auf das Handelsmodell Segregation nur schrittweise umsetzen, da die Etablierung separater Warenströme aufwendig ist. Dies gilt insbesondere, wenn ein Lieferant nur eine kleine Menge seiner Gesamtproduktion umstellt.

KAKAO

Ein Großteil des weltweiten Rohkakaos stammt aus Westafrika und wird von kleinbäuerlichen Familienbetrieben produziert. Die Kakaobauern haben dort mit schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen zu kämpfen und leben mit ihren Familien oft unterhalb der Armutsgrenze. In der Folge fehlen notwendige Investitionsmittel. Die Arbeitsbedingungen sind oft schlecht. Dies kann zu ausbeuterischen Formen der Kinderarbeit führen. Für weitere Informationen siehe Abschnitt 2.14 Kinder- und Zwangsarbeit. In der Leitlinie für Kakaoerzeugnisse bekennt sich die REWE Group in Österreich seit 2015 sich zum Ziel, sämtliche Rohkakaomengen für ihre Eigenmarken aus nachhaltigeren Erzeugerstrukturen zu beziehen. Dies wird durch die Verwendung der Standards Fairtrade, Fairtrade Sourcing Program und Rainforest Alliance sichergestellt. Im Jahr 2022 betrug der Anteil an zertifiziertem Kakao bei allen Eigenmarken 100 Prozent.

FISCH

Die Nachfrage nach Fisch und Meeresfrüchten steigt. Das bringt die weltweiten Fischbestände stark unter Druck, zum Teil sind sie überfischt. Die REWE Group in Österreich hat sich daher im Rahmen ihrer Leitlinie für Fische, Krebs- und Weichtiere verpflichtet, zunehmend Fischprodukte aus nachhaltigerer und zertifizierter Fischerei und Aquakultur zu beziehen. Den Verbraucher:innen stellen wir dies transparent dar. Im Eigen- und Industriemarkensortiment der REWE Group in Österreich finden sich unter anderem über 270 MSC- und rund 70 ASC-zertifizierte Fischprodukte.

SOJA ALS FUTTERMITTEL

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

EINKAUFSVOLUMENS IN ÜBEREINSTIMMUNG MIT DEN LEITLINIEN DES UNTERNEHMENS

GRI FP1

Insbesondere in den Lieferkettenstufen des Rohstoffanbaus und der Verarbeitung gibt es ökologische Herausforderungen sowie ein erhöhtes Risiko der Missachtung von Arbeits- und Sozialstandards. Sie stehen daher im Fokus der Aktivitäten der REWE Group in Österreich. Im Rahmen einer produktbezogenen Risikoanalyse ermittelte das Handelsunternehmen folgende kritische Rohstoffe im Non-Food-Bereich: Drogerieartikel, Textilien und Papier.



Fokusrohstoffe – Non-Food

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

NACHHALTIGE DROGERIEARTIKEL

2014 führte BIPA die umweltfreundliche Eigenmarke „bi good“ ein. Diese Produkte sind umweltfreundlich verpackt und durch unabhängige Gütesiegel zertifiziert. Beispiele sind das NATRUE-Siegel, das EU Ecolabel, der Blaue Engel, das Vegan-Siegel oder das Österreichische Umweltzeichen.

Um den Anforderungen an eine nachhaltigere Eigenmarke gerecht zu werden, wurde der „bi good“ Codex entwickelt. Er umfasst Richtlinien für die gesamte Produktionskette. Alle „bi good“ Produkte werden ressourcenschonend auf Basis nachwachsender Rohstoffe hergestellt. Zudem sind sie innerhalb kurzer Zeit biologisch abbaubar. Bei den Verpackungsmaterialien wird auf den größtmöglichen Recyclinganteil geachtet. So bestehen die „bi good“ Waschmittelflaschen – wie Eierkartons – aus Formfasermaterial. Es wird zu 100 Prozent aus Altpapier gewonnen. Das Sortiment wird stetig ausgebaut und umfasste 2022 über 210 Pflege- und 55 Haushaltsprodukte. Die Pflegeprodukte sind frei von synthetischen Farb- und Duftstoffen, Paraffinen, Parabenen, Silikonen und Aluminiumchloriden. Es kommt auch keine Gentechnik zum Einsatz. Ausgehend von einem Kosmetik-Check von GLOBAL 2000 zu hormonell wirksamen Inhaltsstoffen stellte BIPA 2014 als erster österreichischer Drogeriehändler sein gesamtes Eigenmarkensortiment im Bereich Kosmetik und Körperpflege auf hormonfreie Inhaltsstoffe um. Der Grund: Hormonell wirksame Chemikalien stehen im Verdacht, biologische Entwicklungsprozesse zu stören. Das gefährdet Föten, Kleinkinder und Pubertierende.

TEXTILIEN

Um die ökologischen Auswirkungen in der Lieferkette von Textilien zu verbessern, hat sich die REWE Group in Österreich

2014 der Detox-Kampagne von Greenpeace angeschlossen. Für Eigenmarken in den Warengruppen Kleidung, Schuhe und Heimtextilien wurden Programme aufgesetzt. Dazu arbeitet das Unternehmen gemeinsam mit seinen Lieferanten daran, den Einsatz von sichereren Chemikalien zu steigern. Gefährliche Chemikalien sollen systematisch aus der Textilproduktion verschwinden.

Chemikalien kommen vorwiegend in den sogenannten Nassprozessen der Textilproduktion zum Einsatz, also beim Färben, Bleichen oder Waschen. Wenn bei diesen Arbeitsschritten gefährliche Substanzen verwendet werden, kann dies die Gesundheit der Belegschaft in den Fabriken gefährden. Gelangen die Chemikalien über das Abwasser der Fabriken in die Umwelt, leiden Gewässer und andere Ökosysteme. Bei der Umsetzung des Detox-Programms spielen das Chemikalienmanagement und das Lieferantenmanagement eine zentrale Rolle.

PAPIER

Die REWE Group in Österreich setzt sich für den Schutz der Wälder und der dort lebenden Tier- und Pflanzenarten ein. Sie unterstützt daher eine umweltgerechte und sozial verträgliche Waldwirtschaft, indem sie Papier für ihre Produkte und Verpackungen zunehmend aus nachhaltig bewirtschafteten Quellen bezieht. Dabei setzt das Unternehmen auf Siegel wie das Forest Stewardship Council (FSC) oder das Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC).

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



MANAGEMENTANSATZ

Die REWE Group in Österreich arbeitet kontinuierlich daran, ihr Sortiment an Lebensmitteln aus biologischer Produktion auszubauen. Bio-Produkte haben einen positiven Effekt auf Menschen, Tiere und Umwelt. Bei ihrer Produktion wird beispielsweise auf künstliche Farb- und Aromastoffe, chemische Pflanzenschutzmittel und leicht lösliche mineralische Dünger verzichtet. Zudem gelten strengere Tierwohlstandards, so dass Tiere ausreichend Platz im Stall und Auslauf im Freien erhalten. Das fördert natürliche Verhaltensweisen. Unserer strategischen Zielsetzung entsprechend steigt unser Angebot an Bio-Produkten. Sie haben sich zu einem bedeutenden Konsumsegment entwickelt.

Anteil des Einkaufsvolumens, welches nach anerkannten Standards zertifiziert ist GRI FP2

Seit 2012 verfolgt die REWE Group in Österreich das strategische Ziel eines überproportionalen Wachstums des Bio-Sortiments im Vergleich zu konventionellen Artikeln über das gesamte Sortiment. Auch 2022 konnte diese Zielsetzung wieder erreicht werden. Wesentlich dafür sind die Bio-Marken „Ja! Natürlich“, „Echt Bio“, „BILLA Bio“ und „Alnatura“. Wir haben auch das Bioangebot bei Industriemarken erweitert.

„JA! NATÜRLICH“

Das Flaggschiff für die Steigerung der Bioprodukte der REWE Group in Österreich ist „Ja! Natürlich“. Die Bio-Eigenmarke ist seit 1994 österreichweit erhältlich. 75 Prozent des Umsatzes im Bio-Bereich erzielt die REWE Group in Österreich mit dieser Eigenmarke. „Ja! Natürlich“ ist ein Wegbereiter für biologische Produktion in Österreich.

Entwicklung Bio-Produkte in Österreich (Anteile in Prozent)

	2020	2021	2022
„Ja! Natürlich“ ¹ (am Verkaufswert-Brutto, Volls Sortiment ² Österreich)	7,1	7,4	7,7
„Echt B!O“ ¹ (am Verkaufswert-Brutto, PENNY)	2,4	2,8	2,7

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

² Volls Sortiment definiert als BILLA und BILLA PLUS.

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

„ECHT B!O“

Seit 2005 setzt die REWE Group in Österreich mit „Echt B!O“ auch bei PENNY auf hochwertige Bio-Lebensmittel und Nachhaltigkeit. Obst, Gemüse, Molkereiprodukte und verschiedene Grundnahrungsmittel der Marke stammen von Produzent:innen aus Österreich und der EU. Zudem verzichtet „Echt B!O“ auf viele Zusatzstoffe, wie Aromen, Geschmacksverstärker und künstliche Farbstoffe. Das Sortiment umfasst mehr als 140 Produkte.

BILLA BIO

Anfang 2021 brachte BILLA mit BILLA Bio als Ergänzung insbesondere im Trockensortiment und bei Convenience-Produkten zu „Ja!Natürlich“ eine weitere BIO Eigenmarke ins Regal. Sie steht für verlässliche Bio-Qualität zum attraktiven Preis. Die Lebensmittel garantieren kontrolliertes Tierwohl, sind gentechnikfrei und mit dem EU-Bio-Siegel zertifiziert. Im Berichtszeitraum umfasste das Sortiment rund 200 Produkte und wird stetig erweitert. Zusätzlich konnte das Bio-Angebot bei Industriemarken weiter ausgebaut werden.

Verpackungen



MANAGEMENTANSATZ

Materialien

GRI 301

Verpackungen halten Nahrungsmittel frisch, schützen sie und ermöglichen ihren Transport. Außerdem bieten sie Platz für wichtige Informationen. Jedoch können sie entlang ihrer Wertschöpfungskette eine Vielzahl negativer ökologischer Effekte verursachen. Bei der Verpackungsherstellung werden natürliche Ressourcen eingesetzt, Energie verbraucht und Emissionen ausgestoßen. Oft wird Verpackungsmüll falsch entsorgt. Das führt zu zwei negativen Effekten: Unsere Volkswirtschaft verzichtet auf wertvolle Rohstoffe und die Umwelt wird gefährdet. Kunststoffe bauen sich nur langsam ab. Werden sie nicht recycelt oder fachgerecht entsorgt, können sie die Natur für Jahrzehnte gefährden. Deshalb sind den Stakeholdern der REWE Group in Österreich umweltfreundliche Verpackungen so wichtig. Wir setzen in diesem Bereich auf Kreislaufwirtschaft, Schutz des Wassers und Biodiversität.

MASSNAHMEN FÜR UMWELTFREUNDLICHERE VERPACKUNGEN

In ihrer Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften bekennt sich die REWE Group in Österreich zu einer effizienten Nutzung der natürlichen Ressourcen Boden, Luft und Wasser sowie von Rohstoffen, Kraft- und Brennstoffen. Dafür optimiert die REWE Group in Österreich relevante Ressourcenverbräuche in ihren Geschäftsprozessen und setzt produkt- oder rohstoffbezogene Maßnahmen um, die in vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette ansetzen. Die Reduktion von Verpackungen bzw. der Einsatz umweltfreundlicherer Verpackungsmaterialien haben dabei hohe Priorität.

Das Thema Verpackungen gestaltet sich jedoch sehr vielfältig, da jede Produktgruppe mit ihren spezifischen Eigenschaften hinsichtlich Schutzes, Haltbarkeit, Hygiene etc. gesondert betrachtet werden muss. Und nicht überall wird man Kunststoff ersetzen können. Trotzdem sagt die REWE Group in Österreich ganz bewusst „Raus aus Plastik!“, denn jede Plastikverpackung, die im Zuge dieser Initiative eingespart oder durch eine umweltfreundlichere Alternative ersetzt werden kann, ist ein direkter Gewinn für die Umwelt. Seit 2021 konnte das gesamte Obst und Gemüse-Sortiment der Eigenmarken „Ja! Natürlich“ und „Echt B!O“ unverpackt und lose oder umwelt

freundlicher verpackt angeboten werden. Seit 2020 gibt es die „Ja! Natürlich“ Bio-Milch auch in der Mehrweg-Glasflasche, es wurden fast alle „Ja! Natürlich“ Nudelsorten auf PEFC-zertifizierte Papierverpackungen umgestellt, sowie loser „Ja! Natürlich“ Tee im Graspapierbeutel angeboten. Seit 2021 verzichte „Ja! Natürlich“ bei zahlreichen Milch- und Molkereiprodukten wie Joghurt auf den Einwegdeckel und spart damit noch mehr Kunststoff und CO₂ ein.

MEHRWEGNETZE BEI OBST UND GEMÜSE

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

LÄNGERE HALTBARKEIT DURCH BIOLOGISCH ABBAUBARE VERPACKUNG

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

Die Disteln kommen von Sardinien, wo sie sich an die mediterranen Klimabedingungen angepasst haben und ganz ohne Düngung und zusätzliche Bewässerung gedeihen. Im Zuge dieses Projektes werden auch sardinische Bauern unterstützt, denen sich in einer wirtschaftlich schwachen Region Italiens neue Einkommensquellen erschließen.

BI GOOD: VERPACKUNGEN MIT HÖCHSTEM RECYCLINGANTEIL

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

Biodiversität



MANAGEMENTANSATZ

Die Geschäftstätigkeit der REWE Group in Österreich hat Auswirkungen auf die biologische Vielfalt. Neben direkten Auswirkungen beispielsweise an den Standorten des Unternehmens oder beim Transport von Waren sind vor allem auch die vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette von Bedeutung. Effekte entstehen hier, wenn Ökosysteme nicht nachhaltig genutzt werden, etwa bei der Gewinnung von Rohstoffen, in der Warenproduktion oder bei touristischen Angeboten.

Innerhalb des Handlungsfelds Ressourcenschonung wurde Biodiversität als eines der Fokusthemen definiert. Die REWE Group in Österreich verfolgt daher das Ziel, die natürlichen Ressourcen zu erhalten und die Biodiversität entlang der Lieferketten zu schützen und zu fördern.

Biodiversität GRI 304

In der Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften bekennt sich die REWE Group zum Erhalt und Schutz natürlicher Ökosysteme und befürwortet die Ziele des UN-Übereinkommens zum Schutz der biologischen Vielfalt (Convention on Biological Diversity). Außerdem hat sich die REWE Group im Rahmen der Initiative Biodiversity in Good Company dazu verpflichtet, den Schutz und die nachhaltige Nutzung der biologischen Vielfalt in das betriebliche Nachhaltigkeitsmanagement zu integrieren. Bei der Gestaltung nachhaltigerer Sortimente ist der Erhalt der biologischen Vielfalt ein wichtiges Kriterium. Biodiversitätskriterien können über Standardsysteme wie Bio, Fairtrade, Forest Stewardship Council (FSC), Rainforest Alliance und Marine Stewardship Council (MSC) berücksichtigt werden. Sie finden außerdem innerhalb der Leitlinien Anwendung, die von der REWE Group in Österreich für Rohstoffe formuliert wurden – etwa für Palmöl, Fisch oder Kakao. Mit „Ja! Natürlich“ setzt sich die REWE Group in Österreich seit 1994 für den Erhalt der Arten und die Biodiversität ein. „Ja! Natürlich“ hat in den vergangenen Jahren zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, um heimische Arten zu schützen und die Menschen für deren Erhalt zu sensibilisieren.

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

GRI 304-2

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

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

Blühendes Österreich stand 2022 Spendeneinnahmen von BILLA AG von 750.000 EUR zur Verfügung. 1.054 Hektar ökologisch hochwertige Biotop und Lebensräume hat die Stiftung nachhaltig von 2015-2022 abgesichert. Bis Ende 2022 wurden 193 laufende Naturschutzprojekte finanziert und begleitet. Der Fokus liegt in der Stärkung regionaler Zusammenarbeit: Projekte werden mit Partnern aus öffentlichen Institutionen, gemeinnützigen Organisationen und der Privatwirtschaft realisiert. In Kooperation mit dem Biodiversitätsfonds des Klimaschutzministerium wurde das größte Biodiversitätsprogramm für Jugendorganisationen und Jugendliche gestartet „Changemaker – Youth lead the Change“. Das Klimaschutzministerium kofinanziert das mehrjährige Projekt mit 200.000 EUR.

Ökologische Aspekte in der Lieferkette



Das Citizen-Science-Projekt „Schmetterlinge Österreichs“ ist mit über 53.000 Downloads der dazugehörigen App eine der größten Naturbeobachtungs-Projekte im deutschsprachigen Raum. Bis dato haben knapp 24.000 Freiwillige mehr als 730.000 Schmetterlinge beobachtet, fotografiert und gemeldet. Neben dem Schutz von ökologisch hochwertigen Flächen ist Bewusstseinsbildung ein wichtiger Teil von Blühendes Österreich. Um eine Breitenwirkung zu erzielen, kommuniziert BILLA und die REWE International regelmäßig über ihre Kanäle wie Kundenmagazine, Newsletter oder Social Media über die Initiative. Mit 1,8 Mio. Seitenaufrufen im Jahr 2022 ist die Website [bluehendesoessterreich.at](https://www.bluehendesoessterreich.at) die stärkste digitale Plattform für Naturtourismus und Naturcontent in Österreich. Im Naturerlebnis-Portal bündelt Blühendes Österreich rund 100 Organisationen mit tausenden Naturveranstaltungen pro Jahr. Ferner werden wöchentlich hochwertige Text-, Bild- und Videobeiträge zu Natur-, Biodiversitäts- und Nachhaltigkeitsthemen veröffentlicht. Mehr als 77.000 Fans auf Facebook und über 26.000 Abonnent:innen des Newsletters interessieren sich für die Aktivitäten von Blühendes Österreich.





MANAGEMENTANSATZ

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

Die Aktivitäten zu ökologischen Aspekten in der Lieferkette beziehen sich auf das Handlungsfeld Artenvielfalt und Lebensräume (Ressourcenschonung) – mit dem Ziel, natürliche Ressourcen zu schützen und Biodiversität entlang der Lieferketten zu erhalten. Hierzu wurden die Fokusthemen Kreislaufwirtschaft, Biodiversität und Regionalität definiert, an denen gezielt gearbeitet wird. Bei dem Thema Kreislaufwirtschaft liegt der aktuelle Fokus auf dem Thema Verpackungen.

Umweltbewertung der Lieferanten

GRI 308

Um die ökologischen Auswirkungen entlang der Lieferketten zu verbessern, versucht die REWE Group in Österreich in der Wertschöpfungskette ihrer Lieferanten und Geschäftspartner die Einhaltung von Umweltstandards sicherzustellen. Gemeinsam mit ihnen arbeitet das Unternehmen daran, Lieferketten transparenter und die Herstellung ökologisch verträglicher zu gestalten. Mit der Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften hat die REWE Group die Grundsätze ihrer Geschäftsbeziehungen formuliert.

Im Bereich Ökologie gehören dazu:

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

Diese Grundwerte gelten sowohl für die eigenen Geschäftsprozesse als auch für Geschäftspartner und Lieferanten der REWE Group in Österreich. Im Falle vorsätzlicher grober Missachtung der in der Leitlinie beschriebenen Werte behält sich das Unternehmen Sanktionen vor.

Für weitere Informationen siehe den strategischen Managementansatz in Kapitel 2 Grüne Produkte.

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

Bei der Beschaffung von Obst und Gemüse wird die REWE Group durch ihre 100-prozentigen Tochterunternehmen Eurogroup und Campina Verde mit ihren Ländervertretungen unterstützt. Das hilft, Wertschöpfungsketten transparenter zu gestalten.

Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen

GRI 308-2

ÖKOLOGISCHE STANDARDS UMSETZEN

Bei der Umsetzung von Verbesserungen setzt die REWE Group in Österreich auf anerkannte Standards wie auf FSC- und PEFC-Zertifizierungen für nachhaltige Forstwirtschaft, das Kontrollzeichen „Ohne Gentechnik hergestellt“, das österreichische Umweltzeichen oder das EU-Bio-Siegel, um eine Verbesserung der ökologischen Bedingungen in der Lieferkette zu erwirken. In der Lieferkettenstufe der Produktion setzt die REWE Group in Österreich unter anderem auf Instrumente wie das Detox-Programm. Außerdem engagiert sich die REWE Group durch die aktive Mitarbeit bei Plattformen wie dem Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) oder dem Forum Nachhaltiger Kakao, um Standards weiterzuentwickeln und branchenweite Verbesserungen von ökologischen Bedingungen herbeizuführen. Siehe dazu auch Abschnitt 2.4 Fokusrohstoffe – Food und 2.5 Fokusrohstoffe – Non-Food.



REDUKTION DER PFLANZENSCHUTZMITTEL BEI KONVENTIONELLEM OBST UND GEMÜSE

Die REWE Group in Österreich hat sich das Ziel gesetzt, die Pestizidbelastung bei konventionellem Obst und Gemüse zu reduzieren. Dazu arbeitet sie mit Erzeugern, NGO und der Wissenschaft an Lösungen. Wir wollen negative Effekte für Umwelt und Gesundheit minimieren. Gleichzeitig sollen Landwirt:innen eine sichere produzieren und einen angemessenen Ertrag erzielen können. Gemeinsam mit GLOBAL 2000 haben wir das Pestizidreduktionsprogramm (PRP) entwickelt. Es wird auf das gesamte Obst und Gemüse der REWE Group in Österreich angewendet.

Die Programmarbeit von GLOBAL 2000 umfasst vier Bereiche: Bindende Standards setzen, regelmäßige Kontrollen durchführen, Zusammenarbeit mit Landwirt:innen und Bewusstseinsbildung. Unabhängige Labors untersuchen wöchentlich Proben aus dem gesamten Obst- und Gemüsesortiment auf Pestizidrückstände. Die Probenziehung orientiert sich u. a. an der Saisonalität. Das stellt sicher, dass auch jenes Obst und Gemüse kontrolliert wird, das nur wenige Wochen im Jahr verfügbar ist – etwa heimischer Spargel oder Kirschen.

Die von GLOBAL 2000 festgelegten Grenzwerte sind für Lieferanten verpflichtend. In der Regel liegen sie deutlich unter den gesetzlichen Höchstwerten. Die Ergebnisse der Untersuchungen werden laufend auf den Websites von BILLA und BILLA PLUS veröffentlicht. Weiterhin erstellt GLOBAL 2000 für die REWE Group seit 2009 jährlich einen Report. Der Statusbericht Chemischer Pflanzenschutz zeigt die Pestizidbelastung des konventionellen Sortiments an Frischobst und –gemüse. Der Bericht bildet die Grundlage für Weiterentwicklungen.

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

3. STAKEHOLDER-MANAGEMENT

Um Rahmenbedingungen auf breiter Ebene zu verbessern, braucht es einen Schulterschluss. Durch Brancheninitiativen und Kooperationen mit starken Partnern bündeln wir Kräfte. Dadurch verstärken wird die Wirkung von Nachhaltigkeitsinitiativen. Die REWE Group in Österreich trägt dazu bei, diese Partnerschaften weiterzuentwickeln und vertritt dort ihre Interessen. 2022 engagierte sich die REWE Group in Österreich in folgenden Initiativen, die sich ebenfalls mit den Umweltauswirkungen in den Lieferketten befassen.

ARGE GENTECHNIKFREI

Die REWE Group in Österreich ist Gründungsmitglied der ARGE Gentechnikfrei, die im Nachgang des Volksbegehrens gegen den Einsatz von Gentechniken in Österreich 1997 als Plattform gegründet wurde. 2022 hatte die REWE Group in Österreich etwa 3.500 Produkte im Sortiment, die das grüne Qualitätszeichen „Ohne Gentechnik hergestellt“ trugen. Der verbreitete Einsatz des Labels durch die Eigenmarken der REWE Group in Österreich sowie die regelmäßige Darstellung in den Flugblättern der Handelsfirmen BILLA, PENNY und ADEG haben entscheidend zur Bekanntmachung und Bewusstseinsbildung in diesem Bereich beigetragen.

MARINE STEWARDSHIP COUNCIL (MSC)

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

Soziale Aspekte in der Lieferkette



MANAGEMENTANSATZ

Die REWE Group in Österreich bezieht eine Vielzahl von Produkten und Produktbestandteilen über Lieferketten, die sich über mehrere Länder erstrecken können. Insbesondere in den Lieferkettenstufen des Rohstoffanbaus und der Verarbeitung liegt ein erhöhtes Risiko der Missachtung von Arbeits- und Sozialstandards. Sie stehen daher im Fokus der Aktivitäten der REWE Group in Österreich. Die Aktivitäten zu sozialen Aspekten in der Lieferkette beziehen sich auf das Handlungsfeld Fairness und Sozialstandards. Unter Fairness versteht die REWE Group in Österreich die Achtung und Stärkung von Menschenrechten und die Verbesserung von Arbeitsbedingungen sowie die Förderung eines fairen Handels.

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

Soziale Bewertung der Lieferanten

GRI 414

Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte

GRI 412

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

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

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

Wir identifizieren die wesentlichen sozialen Auswirkungen und setzen Maßnahmen zur Verbesserung um. Die Lieferketten der Eigenmarkenprodukte sind komplex und global. Bei der Umsetzung folgen wir dem Prozess der REWE Group.

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

Die Fokusrohstoffe und Schwerpunktthemen werden mit koordinierten Maßnahmen bearbeitet, um negativen Effekten entgegenzuwirken.

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

NEGATIVE AUSWIRKUNGEN IN DER LIEFERKETTE UND MASSNAHMEN

GRI 414-2

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



Soziale Aspekte in der Lieferkette

1. INTERNES MANAGEMENT

Die REWE Group in Österreich arbeitet daran, nachhaltige Beschaffung weiter in ihre Einkaufsprozesse zu integrieren. Nachhaltigkeitsaspekte sollen in jede Einkaufsentscheidung einfließen. Mit Risikoanalysen und Briefings, der Abstimmung von verbindlichen Zielen mit den Einkaufsbereichen sowie Schulungen zu Nachhaltigkeitsthemen trägt die REWE Group in Österreich zur internen Sensibilisierung bei.

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

2. LIEFERKETTENMANAGEMENT

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

1. Verpflichtung

2. Kontrolle

3. Weiterentwicklung

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

Die Geschäftspartner der REWE Group in Österreich sind verpflichtet, Mindestanforderungen im Umgang mit ihren Mitarbeiter:innen zu befolgen. Dazu zählen (inter)nationale Gesetze und die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Folgende Prinzipien sind unbedingt einzuhalten:

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

FAIRTRADE

Das Ziel von Fairtrade ist es, den Konsum verantwortungsvoller zu gestalten und die Arbeits- und Lebenssituation der ProduzentInnen in Entwicklungsländern zu verbessern. Die REWE Group in Österreich verkaufte 2022 rund 16 Mio. Fair-Trade-Produkte – insbesondere in den Warengruppen Früchte, Reis, Kaffee, Zucker, Honig, Fruchtsäfte sowie Blumen.

Mit Eigen- und Exklusivmarken der REWE Group in Österreich wurden 2022 Fair-Trade-Prämien von über 930.000 EUR erwirtschaftet, die den Produzent:innen in Schwellen- und Entwicklungsländern zugutekommen. Bio-Bananen und Bio-Ananas werden bei BILLA, BILLA PLUS, SUTTERLÜTY und



ADEG im Rahmen von „Ja! Natürlich“ ausschließlich mit dem Fair-Trade-Label angeboten. Alle verkauften Rosen bei BILLA und BILLA PLUS sind Fair-Trade-zertifiziert. Fairtrade kommt außerdem bei der Umsetzung der REWE Group Leitlinie für Kakao eine wichtige Rolle zu.

Rohstoffe im Fokus

Auf Basis von produktbezogenen Risikoanalysen wurden folgende kritische Rohstoffe im Handlungsfeld Fairness und Sozialstandards definiert: Kakao, Palmöl, Fisch, Obst und Gemüse. Für einige Fokusrohstoffe hat die REWE Group in Österreich Leitlinien mit detaillierten Anforderungen und Zielen definiert. Für weitere Informationen siehe Abschnitte 2.4 Fokusrohstoffe – Food und 2.5 Fokusrohstoffe – Non-Food.

STAKEHOLDER-MANAGEMENT

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

Zudem engagiert sich die REWE Group in den folgenden nationalen und internationalen Initiativen. Sie befassen sich mit Menschenrechten und Arbeitsbedingungen. Wir sind dazu eine Reihe von Mitgliedschaften eingegangen:

- Mitglied bei amfori BSCI: Damit verpflichtet sich das Unternehmen selbst sowie alle Lieferanten und Produzenten, den Verhaltenskodex von amfori BSCI einzuhalten. Die REWE Group ist aktiv in Arbeitsgruppen und dem Mitgliederausschuss vertreten, um die Weiterentwicklung mitzugestalten.
- Mitglied beim Consumer Goods Forum: Die Organisation soll Einzelhändlern und Konsumgüterherstellern dabei helfen, zusammen mit anderen Interessengruppen das Vertrauen der Verbraucher zu sichern und positive Veränderungen unter dem Motto „Better Lives through Better Business“ voranzutreiben.
- Gründungsmitglied beim Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP): Die Multi-Stakeholder-Initiative will den Anteil nachhaltig erzeugten Palmöls signifikant zu erhöhen und Zertifizierungen und Standards verbessern. Die REWE Group ist im Vorstand des FONAP vertreten.

zierungen und Standards verbessern. Die REWE Group ist im Vorstand des FONAP vertreten.

- Gründungsmitglied beim Forum Nachhaltiger Kakao: Die Multi-Stakeholder-Initiative engagiert sich für die Verbesserung der Lebensumstände von Kakaobäuerinnen und -bauern, den Schutz natürlicher Ressourcen und der Biodiversität sowie für den Anbau und die Vermarktung nachhaltigen Kakao.
- Mitglied bei der CSR FruitJuice: Die Plattform treibt soziale und ökologische Verbesserungen in den Lieferketten der Fruchtsaftindustrie voran. Sie unterstützt die europäischen Fruchtsaftproduzenten dabei, CSR-Maßnahmen in ihre Unternehmensstrategien zu integrieren und so einen langfristigen nachhaltigen Beitrag entlang der globalen Wertschöpfungskette von Fruchtsäften für alle Stakeholder zu erreichen.
- Mitglied im World Banana Forum: Das Forum bringt unterschiedliche Stakeholder der weltweiten Bananenlieferkette zusammen, um einen nachhaltigen Anbau, die Einhaltung von Menschenrechten und die Verbesserung von Arbeitsbedingungen zu erreichen.
- Mitglied beim Bangladesh Accord on Fire and Building Safety: Ziel des Abkommens ist die Erhöhung der Sicherheit in der Textilbranche durch unabhängige Inspektoren, die bei Fabrikbesuchen die Gebäudesicherheit, den Brandschutz und die elektrische Sicherheit prüfen.
- Mitglied beim Bündnis für nachhaltige Textilien: Das Bündnis ist eine Partnerschaft unterschiedlicher Stakeholder, um Verbesserungen entlang der globalen Wertschöpfungskette in der Textilindustrie durchzusetzen. Die REWE Group engagiert sich in Bezug auf soziale Themen in der Arbeitsgruppe zu Beschwerdemechanismen und der Arbeitsgruppe Existenzsichernde Löhne.
- Beiratsmitglied bei Cotton made in Africa: Diese Initiative wurde mit dem Ziel ins Leben gerufen, die Lebensbedingungen der Menschen in den afrikanischen Baumwollanbaugebieten zu verbessern.



- Mitglied im Technical Committee von GlobalG.A.P. GRASP: GRASP ist ein Modul zur sozialen Risikobewertung von Betrieben, die nach dem GlobalG.A.P.-Standard zertifiziert sind. Die zentrale Aufgabe des Technical Committee ist die Beratung des Lenkungsausschusses hinsichtlich strategischer und technischer Weiterentwicklungen.
- Mitglied im Rainforest Alliance Standards Committee: Die Rainforest Alliance hat Vorgaben für die Produktion von Agrarrohstoffen und -produkten geschaffen. Das Standards Committee entscheidet auf Grundlage öffentlicher Konsultationen über die inhaltliche Weiterentwicklung.
- Mitglied beim Centre for Child Rights and Business: Die Organisation unterstützt Unternehmen beim Kinderschutz.

Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren

GRI 412-2

Siehe Internes Management.

Kundengesundheit & Produktsicherheit



MANAGEMENTANSATZ

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

Kundengesundheit und -sicherheit GRI 416

Um die Qualität und Sicherheit ihrer Produkte zu gewährleisten, hat die REWE Group in Österreich im Kerngeschäftsfeld Handel ein umfassendes, stufenübergreifendes Qualitätssicherungssystem eingeführt. Es wirkt entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Es umfasst präventive Maßnahmen, wie die Festlegung von Warenrichtlinien, als auch ein systematisches Issue-Monitoring, also Kontrollen und Audits sowie

Konsumententipps für die richtige Handhabung zu Hause. Bereits 2010 haben wir dafür ein Kennzahlensystem entwickelt. Es macht die Einhaltung gesetzlicher und interner Qualitätsanforderungen messbarer und transparenter.

Als Kennzahlen dienen unter anderem die Ergebnisse interner Produktkontrollen (mikrobiologische, chemische und physikalische Parameter) sowie von Märkten und Lagern (Warenumgang, Personalhygiene, Reinigung und Desinfektion, Kühlkette). Sie werden halbjährlich erhoben, ausgewertet und im Qualitätsmanagement-Report der REWE Group in Österreich vorgestellt. Ein besonderer Schwerpunkt des Qualitätsmanagements liegt auf den Eigenmarken: Für alle Schritte entlang der Wertschöpfungskette definiert das Unternehmen spezifische Anforderungen an das Produkt und dessen Produzenten – vom Rohstoff über die Rezeptur und Kennzeichnung bis hin zur Verpackung. Diese Spezifikationen bilden die Grundlage für regelmäßige Stichprobenuntersuchungen von unabhängigen, akkreditierten Prüfinstituten. Die Stichproben werden risikobasiert nach Lieferanten- und Produktrisikio ermittelt.





Lebensmittel wie frisches Obst oder Gemüse werden daher häufiger untersucht als Salz oder Zucker. Neben den Produkten selbst werden weitere Stufen der Wertschöpfungskette in die Prüfung einbezogen: Sämtliche Eigenmarkenlieferanten im Food-Bereich müssen nach dem international anerkannten Standard IFS Food bzw. nach dem Standard des British Retail Consortium (BRC) zertifiziert sein. Die REWE Group in Österreich führt auf Basis von Risikoanalysen zusätzliche Lieferantenaudits durch. Dabei werden Produktbeanstandungen, Reklamationen von Kund:innen und die Risikoklassifizierung der Produktgruppen ausgewertet. Hersteller und Lieferanten, die die Qualitätsstandards der REWE Group in Österreich nicht erfüllen, werden aufgefordert, dies umgehend zu ändern – andernfalls droht die Auslistung.

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

Auch in den Lebensmittelmärkten der REWE Group in Österreich finden regelmäßige interne und externe Kontrollen statt. Um die Sauberkeit und Hygiene in allen Märkten und Lagern sicherzustellen, kontrolliert das Qualitätsmanagement sowohl alle Filialen als auch die Lager anhand von standardisierten Hygienechecklisten. Die Ergebnisse der internen Audits werden systematisch erfasst und an die verantwortlichen Personen weitergeleitet. Auf diese Weise können Abweichungen umgehend korrigiert werden.

BEURTEILUNG DER AUSWIRKUNGEN

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

GRI 416-1

Im Rahmen des Qualitätsmanagements führt die REWE Group in Österreich systematische Prüfungen auf Gesundheit und Sicherheit entlang des gesamten Produktlebenszyklus durch. Besonderes Augenmerk liegt auf den rund 60 verschiedenen Eigenmarken der REWE Group in Österreich. Dazu zählen rund 7.400 Produkte. Das Qualitätsmanagement reicht von

der Produktentwicklung und Auswahl der Lieferanten bis zu regelmäßigen Qualitätsprüfungen.

Jedes Produkt muss dabei spezifische Anforderungen erfüllen. Das betrifft sowohl die wertgebenden Bestandteile als auch den Verzicht auf bestimmte Inhaltsstoffe, wie Farbstoffe oder Geschmacksverstärker. Die Grenz- und Richtwerte für Eigenmarken-Warengruppen sind im sogenannten REWE Group Kodex festgelegt. Die Inhalte wurden mit Expert:innen der LVA GmbH, der SGS Institut Fresenius Austria GmbH und der AGES Wien entwickelt.

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

PESTIZIDREDUKTIONSPROGRAMM (PRP)

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

Die Programmarbeit von GLOBAL 2000 umfasst vier Bereiche:

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



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

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

2022 wurden 1.484 Proben (2021: 1.538) von 115 verschiedenen Produkten (2021: 113) auf Pestizidrückstände untersucht und durch GLOBAL 2000 bewertet. 80,5 Prozent (2021: 81) der 1.194 Proben (2021: 1.245) waren mit Rückständen über der Nachweisgrenze belastet. Bei 13 Prozent der Proben (2021: 12) wurden die strengen Grenzwerte des PRP nicht eingehalten. Aufgrund der deutlichen Senkung der PRP-Grenzwerte von zehn häufigen Pestiziden, die wie Hormone wirken, gibt es einen Anstieg seit 2020.

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

VERSTÖSSE

Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit GRI 416-2

In Österreich erfolgten 2022 zwei öffentliche Rückrufe aufgrund von Fremdkörpern in den Eigenmarkenprodukten, der dritte Rückruf bezog sich auf eine Kontamination, während der vierte Rückruf aufgrund eines nicht deklarierten Allergenes erforderlich wurde.

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



Nachhaltigen Konsum fördern

MANAGEMENTANSATZ

Die Förderung des Konsums nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen ist ein wichtiger Teil der Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group in Österreich. Damit nachhaltigere Sortimente erfolgreich sind, muss der soziale oder ökologische Mehrwert für die Kund:innen verständlich und glaubwürdig kommuniziert werden. Die Kaufentscheidung wird auch durch andere Kriterien wie Preis, Qualität, Verpackung und Frische beeinflusst. Dem Handel kommt daher eine wichtige Mittlerfunktion zu. Ohne ausreichende Nachfrage und Preisbereitschaft der Kund:innen geraten verantwortungsvolle Anbieter schnell in wirtschaftliche Schieflage. Fehlt aber ein breites nachhaltiges Warenangebot, kann kein Konsument ethisch einkaufen. Die REWE Group in Österreich nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung ernst. Wir sind bestrebt, den Anteil an nachhaltigeren Produkten und Dienstleistungen zu erhöhen.

Marketing und Kennzeichnung

GRI 417

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

Im Folgenden werden ausgewählte Maßnahmen zur Stärkung des Nachhaltigkeitsbewusstseins dargestellt.

Grundsätze und Verfahren zur Produktkennzeichnung

GRI 417-1

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

NACHHALTIGKEITSLABEL UND ZERTIFIZIERUNGEN SCHAFFEN TRANSPARENZ UND GLAUBWÜRDIGKEIT

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

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

Viele Menschen möchten Nachhaltigkeit auch im Urlaub leben. Mit einer verständlichen Kennzeichnung informiert DER Touristik über nachhaltige Reiseangebote. Dazu wurden die verschiedenen Labels in den Katalogen der Reiseveranstalter auf das branchenweit und international anerkannte Nachhaltigkeitssiegel Travelife reduziert. Im Rahmen des Projekts Green Travel Transformation der Nachhaltigkeitsinitiative Futouris beteiligte sich DER Touristik darüber hinaus an der Entwicklung einer branchenweit anerkannten einheitlichen Kennzeichnung für nachhaltige Reiseangebote. Aus dem Pilotprojekt hat sich der Green Travel Index gebildet, der die Daten von anerkannten Nachhaltigkeitszertifikaten aufbereitet. Seit Sommer 2020 werden nachhaltig zertifizierte Hotels auch in den Katalogen von BILLA Reisen und Jahn Reisen Austria mit einem grünen Blatt gekennzeichnet. Dahinter verbergen sich über Travelife hinaus weitere international anerkannte Zertifikate. Sie verpflichten zur Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards gemäß den Anforderungen des Global Sustainability Tourism Council.



MIT HERKUNFTSANGABEN FÜR GRÖßERE LIEFERKETTENTRANSPARENZ

Die REWE Group in Österreich bietet als einziger Lebensmittelhändler in Österreich bei BILLA nur noch Frischfleisch zu 100 Prozent aus Österreich an. Unter der PENNY-Eigenmarke „Ich bin Österreich“ werden Verbraucher:innen Produkte angeboten, die nach typisch österreichischer Rezeptur hergestellt werden und deren Zutaten zu 100 Prozent aus Österreich stammen.

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

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

Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation

GRI 417-3

Bei der Gestaltung der Werbung hält sich die REWE Group in Österreich grundsätzlich an die Gesetzgebung sowie an ethische und kulturelle Standards. Sie verzichtet ausdrücklich auf sexistische, diskriminierende, politische, pornografische, extremistische und gewaltverherrlichende Werbung. Wahrheit, Klarheit und Transparenz sind dabei die grundlegenden Prinzipien. Überdies gelten die von der REWE Group entwickelten, unternehmensweit gültigen Verhaltenskodizes, Richt- und Leitlinien ebenso wie Vorschriften der nationalen Werberäte. Die Kommunikation von Nachhaltigkeit setzt ein besonderes Maß an Glaubwürdigkeit voraus. Die REWE Group in Österreich verpflichtet sich in ihrer Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften zum Konsumentenschutz und angemessenen Vertriebs-, Marketing- und Informationspraktiken. Deshalb müssen Werbemaßnahmen vor Veröffentlichung von der Nachhaltigkeitsabteilung freigegeben werden.

Im Berichtszeitraum 2022 wurden keine wesentlichen Verstöße bekannt.



MANAGEMENTANSATZ

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

Um die Tierhaltung in den intensiven konventionellen Haltungssystemen zu ermöglichen, werden routinemäßige Eingriffe am Tier durchgeführt. Das Kürzen der Hörner bei Ochsen und Kühen oder das Kupieren des Ringelschwanzes bei Ferkeln ist hierfür ein Beispiel. Ein weiterer Brennpunkt ist das Töten männlicher Küken im konventionellen Bereich der Frischeiproduktion. Unsere Marke Tonis Freiland Eier hat bereits 2019 auf eine „Bruderhahnaufzucht“ umgestellt. Somit werden auch die männlichen Küken aufgezogen. Gemeinsam mit Geschäftspartnern und Lieferanten wollen wir verbindliche Standards für das Tierwohl implementieren und den Dialog zwischen allen Partnern fördern.

Physische Veränderung an Tieren

GRI FP10

In ihrer Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften bekennt sich die REWE Group zur Einhaltung und Verbesserung von Tierschutzstandards sowie zum Ausbau des Tierschutzes in der Tierhaltung. Um dieser Verpflichtung nachzukommen, veröffentlichte die REWE Group 2015 mit dem Leitbild Nutztierhaltung der Zukunft ein Positionspapier. Es dokumentiert die übergreifenden Ziele der REWE Group in Österreich für eine nachhaltigere Tierhaltung.

Ebenso zeigt es die verschiedenen Anforderungen auf, die eine zukunftsfähige Landwirtschaft in Einklang bringen muss. Dazu zählen neben Tierwohl auch Umwelt- und Klimaschutz, Ressourceneffizienz, Lebensmittelsicherheit und Wirtschaftlichkeit. Außerdem formulierte die REWE Group mit dem Leitbild einen Wertekanon für ihr Tierwohlangagement. Dieser orientiert sich an den „Fünf Freiheiten“ einer verantwortungsvollen Nutztierhaltung, die durch das Farm Animal

Welfare Council des britischen Landwirtschaftsministeriums definiert wurden:

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

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

Projekte und Maßnahmen zur Verbesserung des Tierwohls

„JA! NATÜRLICH“

„Ja! Natürlich“ setzt seit vielen Jahren eine ständige Bewegungsfreiheit von Jungrindern und Milchkühen um. Die Tiere haben 365 Tage im Jahr Zugang zu einem befestigten Auslauf, der direkt an das Stallgebäude angeschlossen ist. Insbesondere in der kalten Jahreszeit, in der keine natürliche Futteraufnahme auf der Weide möglich ist, ist das von großer Bedeutung. Bei geeigneten Witterungs- und Bodenverhältnissen haben die Tiere Zugang zu Weideflächen, um der natürlichen Futteraufnahme durch Gras nachzukommen. Jedes Jahr werden rund 9.000 Jungrinder von „Ja! Natürlich“ vermarktet.

„FAIR ZUM TIER“

Die bisherigen Tierwohlprogramme PRO PLANET Huhn und „Fair zum Tier“ wurden im Frühjahr 2020 zusammengelegt. Der nunmehr gemeinsame Name „Fair zum Tier“ steht für einen Standard, der gesetzliche Vorgaben deutlich übertrifft. Mit dem dazu gehörenden Siegel werden Produkte höchsten Tierwohlstandards gekennzeichnet. Die Auslobung erfolgt auf Eigenmarkenprodukten von Fleisch (Rind, Schwein, Huhn), Eiern und Molkereiprodukten.



Durch die Kennzeichnung sollen Produkte aus artgemäßer und konventioneller Tierhaltung leichter zu erkennen sein. Das Programm setzt einen weiteren Schritt für eine nachhaltige Verbesserung der konventionellen Tierhaltung in Österreich: Entlang der gesamten Wertschöpfungskette werden unabhängige Kontrollen durchgeführt.

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

Das Rindfleisch des „Fair zum Tier“ Programms stammt von Masttieren und Ochsen, welche in Österreich geboren, aufgezogen und geschlachtet werden. Die Mastrinder müssen in Laufställen mit Zugang zu einem Auslauf oder eine Weide gehalten werden. Falls dies nicht möglich ist, ist ein Stall mit offener Front (Tageslicht und frische Luft) eine mögliche Alternative. Die Stallgebäude müssen mindestens 35 Prozent mehr Platz aufweisen als gesetzlich vorgeschrieben. Als Futter erhalten die Tiere ausschließlich hochwertige Silage, Heu und gentechnikfreies Getreide. Ein Verbot von Vollspaltenböden, Anbindehaltung und langen Transportwegen zum Schlachthof sind ebenfalls im Qualitätsprogramm festgeschrieben. Die Enthornung und Kastration der Tiere darf nur behutsam unter Betäubung und Schmerzausschaltung sowie -nachbehandlung erfolgen. Derzeit sind 246 landwirtschaftliche Betriebe Lieferanten für das Programm.

Die Milchkühe der 33 teilnehmenden „Fair zum Tier“-Betriebe müssen in Laufställen gehalten werden. Die Anbindehaltung ist verboten. Weidehaltung oder ein Auslauf sind Pflicht. Die Fütterung erfolgt ausschließlich mit Heu und frischem Gras, der Einsatz von Getreideschrot ist begrenzt. Eingestreute Liegeflächen sowie Scheuermöglichkeiten tragen wesentlich zum Wohlbefinden der Tiere bei.

Die „Fair zum Tier“-Hühner stammen ausschließlich von österreichischen Partnerbetrieben aus Kärnten und der Steiermark – derzeit 46 Betriebe. Den Masthühnern steht rund 20 Prozent mehr Lebensraum und Tageslicht als gesetzlich vorgeschrieben zur Verfügung. Strohhallen bieten den Hühnern Beschäftigung und Ruheplätze. Ebenso ist der Schutz der Tie-

re bei Verladung, Transport und Schlachtung streng geregelt. Etwa 70 Hühnermastbetriebe nehmen am Programm teil. Für die Legehennen der 50 teilnehmenden Betriebe bedeutet „Fair zum Tier“ ein Stall mit mehr Platz und der Zugang zu einem Auslauf ins Grüne. Im Stall gibt es erhöhte Sitzebenen und Nester mit natürlicher Einstreu. Bei unbeständigem Wetter können die Tiere einen Wintergarten nutzen. Die Futtermittel sind gentechnikfrei und stammen aus Österreich oder Europa. Die Anzahl an Hennen pro Stall ist auf max. 3.000 Tiere begrenzt.

Die Aufzucht der männlichen Küken erfolgt auf eigenen Betrieben, bei denen den Küken sowohl ein Grünauslauf als auch ein Außenscharrraum vorfinden. Die Besatzdichte auf 21 kg/m² beschränkt, was einer wesentlichen Reduktion gegenüber dem gesetzlichen Standard in Österreich entspricht. Die Mindestaufzuchtdauer liegt bei neun Wochen. In dieser Zeit bekommen die Hähne ausschließlich gentechnikfreie Futtermittel.

MASSNAHMEN GEGEN STOPFMAST, LEBENDRUPF UND KÄFIGHALTUNG

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

Seit 2012 gilt ein EU-weites Verbot der konventionellen Käfighaltung für Legehennen. Die REWE Group in Österreich ging noch einen Schritt weiter: In Eigenmarkenprodukten wie Nudeln und Backwaren dürfen nur Eier aus Boden- und Freilandhaltung verarbeitet werden. Daher verlangt die REWE Group in Österreich von ihren Produzenten seit 2013 eine Zertifizierung oder andere Nachweise. Die empfohlenen Zertifizierungssysteme KAT und HG geben den Konsument:innen Sicherheit. Sie zeigen, dass die gekennzeichneten Produkte keine Eier aus konventioneller Käfig- oder Kleinvolierenhaltung enthalten.

TIERFREUNDLICHE TOURISTIK

Um dem Anspruch nach tierfreundlichen Angeboten gerecht zu werden, verfügt die DER Touristik seit 2017 über eine ver-



bindliche Tierschutzrichtlinie. Als verantwortungsbewusster Reiseveranstalter, der sich zu nachhaltigem Handeln verpflichtet, legt DER Touristik Wert auf Natur- und Tierschutz. Deswegen unterstützt das Unternehmen Reiseerlebnisse, bei denen die Beobachtung von Tieren in freier Wildbahn im Vordergrund steht. Die Tierschutzrichtlinie regelt den Umgang touristischer Produkte mit Tierinteraktionen. Sämtliche Angebote von DER Touristik, bei denen Tiere zur touristischen Unterhaltung eingesetzt werden, wurden überprüft.

Konsequenterweise wurden Angebote wie Elefantenreiten und Elefantenshows, Delfinschwimmen, Selfies mit Wildkatzen und Bärenshows aus dem Verkauf der deutschen Veranstaltermarken genommen.

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

BILLA PFLANZILLA: NEUES SHOP-KONZEPT BIETET 100 % PFLANZLICHES SORTIMENT

Der Genuss von rein pflanzlichen Lebensmitteln gewinnt für viele Menschen aus unterschiedlichsten Beweggründen immer mehr an Bedeutung. So zeigt eine aktuelle Umfrage im Auftrag von BILLA*, dass 46 % der Österreicher:innen den Konsum tierischer Produkte inklusive Fleisch in den letzten Jahren bewusst reduziert haben. Außerdem verzichten laut BILLA Österreich Report** in der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen bereits 28 % überwiegend auf Fleisch. Mit BILLA PFLANZILLA erleichtert BILLA maßgeblich den Einkauf von Kund:innen, die zu rein pflanzlichen Produkten greifen. Die Fläche von über 200 m² bietet Platz für mehr als 2.500 rein pflanzliche Produkte und neue Serviceangebote. Speziell geschulte Mitarbeiter:innen stehen den Kund:innen in allen Fragen rund um die BILLA PFLANZILLA Produktpalette mit Rat und Tat zur Seite. Das vielfältige Sortiment erstreckt sich unter anderem über rein pflanzliche Fleisch-, Wurst- und Milchprodukte, Tiefkühlwaren, Snacks, Back- und Süßwaren sowie Basisprodukte für pflanzenbasierte Gerichte wie Hülsenfrüchte, Getreide, Samen, Nüsse, Obst und Gemüse. Alle Artikel diverser Marken – wie beispielsweise der BILLA Eigenmarken

Vegavita und Ja! Natürlich – sind zu 100 % pflanzlich und versprechen beste Qualität. Es werden weder vegetarische, noch Hybridartikel angeboten und zudem wird im gesamten Store Wert auf nachhaltige und wiederverwendbare Materialien gelegt.

Studieninfos:

- Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut marketagent hat im Auftrag von BILLA Ende Mai / Anfang Juni 2022 500 Österreicher:innen zwischen 14 und 75 Jahren online zu ihrer Ernährungsweise befragt. Das Sample ist repräsentativ für die österreichische Bevölkerung.
- Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut marketmind hat im Auftrag von BILLA im Zeitraum von 2. bis 22. November 2021 insgesamt 3.013 Frauen und Männer im Alter zwischen 18 und 65 Jahren zu unterschiedlichen Themen u. a. auch zu pflanzenbasierter Ernährung befragt.





Kinder- & Zwangsarbeit

MANAGEMENTANSATZ

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

Die REWE Group in Österreich verfolgt das Ziel, Kinder- und Zwangsarbeit systematisch zu bekämpfen.

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

Zwangsarbeit äußert sich häufig durch eine Einschränkung der Bewegungsfreiheit, das Einhalten von Löhnen und Personalpapieren sowie die Verschuldung gegenüber dem Arbeitgeber:innen oder einer Arbeitsvermittlung. Da häufig legal oder illegal Eingewanderte oder Leiharbeiter:innen betroffen sind, wird Zwangsarbeit oft nicht angezeigt und ist schwer zu kontrollieren.

Kinderarbeit

GRI 408

Zwangs- oder Pflichtarbeit

GRI 409

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

Im Rahmen der Mitgliedschaft bei amfori BSCI verpflichtet die REWE Group sich selbst sowie alle Lieferanten und Produzenten, den Verhaltenskodex von amfori BSCI einzuhalten und sich zu den Prinzipien zu bekennen. Dazu zählt unter anderem der Verzicht auf ausbeuterische Kinder- und Zwangsarbeit.

STANDARDS

Gemeinsam mit ihren Lieferant:innen arbeitet die REWE Group in Österreich daran, Arbeits- und Sozialstandards kontinuierlich zu verbessern

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

Kinderarbeit im Kakaosektor bekämpfen

Kinderarbeit ist im Kakaoanbau weitverbreitet. Insbesondere in familienbasierten Kleinbetrieben helfen Kinder während der Erntezeit oft mit. Die REWE Group in Österreich setzt sich dafür ein, dass kakaohaltige Erzeugnisse in ihren Sortimenten unter Achtung der Menschenrechte und Einhaltung von anerkannten Sozial- und Arbeitsstandards hergestellt werden. Dafür hält das Handelsunternehmen auf Zertifizierungen wie Fairtrade, Rainforest Alliance oder UTZ fest.



Maßnahmen zur Verhinderung von Zwangsarbeit im Fischereisektor

In der traditionellen Fischerei sowie der Arbeit in Aquakulturbetrieben spielen Asien und Afrika eine wichtige Rolle. Häufig entsprechen die Arbeitsbedingungen in diesen Kontinenten nicht den international anerkannten Standards. Zwangsarbeit ist ein ständiges Risiko. Die REWE Group will dazu beitragen, auch in diesem Sektor die Menschenrechte zu wahren und fundamentale Sozial- und Arbeitsschutzstandards im Fischereisektor sicherzustellen.

Einmal mehr gilt es, Kinder- und Zwangsarbeit zu vermeiden. Wir setzen besonders auf zertifizierte Ware. Bei Aquakulturen werden bei Audits Farmen auf die Einhaltung der Grundprinzipien überprüft. Für Fangschiffe gibt es noch keine etablierte Zertifizierung für Arbeits- und Menschenrechte. Die REWE Group tritt deshalb dafür ein, soziale Prinzipien in die Standards für Wildfisch aufzunehmen und durch Zertifizierungen sicherzustellen.

Mehr Informationen zum Umgang mit Kinder- und Zwangsarbeit auf der Stufe des Rohstoffabbaus siehe Abschnitte 2.4 Fokusrohstoffe – Food und 2.5 Fokusrohstoffe – Non-Food.



MANAGEMENTANSATZ

Lebensumstände und Essgewohnheiten haben sich in den vergangenen Jahrzehnten kontinuierlich gewandelt. Die klassische Abfolge von Mahlzeiten im häuslichen Familienumfeld verliert an Bedeutung: Es wird immer mehr außer Haus verzehrt; Lebensmittel sind hierzulande nahezu immer und überall verfügbar. Gleichzeitig verändert die Digitalisierung die Arbeitswelt – eine zunehmende Anzahl von Menschen arbeitet am Schreibtisch, die körperliche Arbeit nimmt ab.

In der Folge benötigen die Menschen weniger Energie als frühere Generationen. Da das Ernährungsverhalten mehrheitlich nicht angepasst wurde, führte dies zu einer unausgewogenen Ernährung. Gleichzeitig ist Essen auch Ausdruck der persönlichen Weltanschauung und des Lebensstils. Das belegt die steigende Zahl an Mikrotrends wie Veganismus, Paläodiäten, Proteinsnacks, Superfood oder Fair-Food. Konsument:innen wünschen sich von Herstellern und Handel Angebote, die auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmt sind und Unterstützung zur nachhaltigen und gesunden Ernährung.

Täglich kommen etwa 1,9 Mio. Menschen in die Märkte von BILLA, BILLA PLUS, BIPA, PENNY und ADEG. Damit hat die REWE Group in Österreich als führender Lebensmittelhändler und Drogeriefachhändler einen großen Hebel. Wir können unserer gesellschaftlichen Verantwortung im Hinblick auf ein ausgewogenes Angebot von Lebensmitteln und Produkten des täglichen Bedarfs mit hoher Breitenwirkung nachkommen. Die Aktivitäten zum Handlungsfeld Bewusste Ernährung verfolgen das Ziel, eine vielfältige Ernährung und einen gesunden Lebensstil zu fördern – durch Produktpassungen und die Sensibilisierung der KonsumentInnen.

GRI Food Processing (FP): Gesunde und erschwingliche Lebensmittel

Mit Blick auf die Ernährung müssen wir unser Produktangebot laufend adaptieren. Bei den Eigenmarkenprodukten kann die REWE Group in Österreich Rezepturen anpassen. Wenn wir Zucker, Salz, Fett oder gesättigte Fettsäuren in den Eigenmarken reduzieren, leisten wir einen wichtigen Beitrag für eine ausgewogene und gesunde Ernährung.

Dafür haben wir 2018 ein Positionspapier veröffentlicht, in welchem wie oben erwähnt Prozesse und Ziele der Salz- und Zuckerreduktion festgeschrieben sind. Bis 2023 sollen die Rezepturen von 200 Artikeln des Eigenmarkensortiments überarbeitet werden. Molkereiprodukte, Süßwaren, süße Feinbackwaren, Eis, Obstkonserven, Convenience-Produkte und alkoholfreie Getränke wurden bereits 2018 auf ihren Zuckergehalt überprüft. Auch Neulistungen werden evaluiert und Reduktionspotenziale ermittelt. Wir prüfen auch immer wieder andere Bestandteile.

Engagement in der Sortimentsgestaltung bei Eigenmarkenprodukten

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

In Zusammenarbeit mit den Lieferanten rücken Molkereiprodukte, Süßwaren, süße Feinbackwaren, Eis, Obstkonserven, Convenience-Produkte und alkoholfreie Getränke – Artikel, die bereits das Kriterium einer maßgeblichen Zuckerreduktion (minus 30 Prozent) erfüllen oder „ohne Zuckerzusatz“ sind – in den Fokus der Kund:innen. Die REWE Group in Österreich arbeitet laufend an der Entwicklung neuer Artikel, die höchsten Genuss und gewohnte Konsistenz bieten und ohne (viel) Zucker auskommen. Die Produktentwicklung soll Kund:innen dabei zu unterstützen, sich bewusst zu ernähren.

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

- „Ja! Natürlich“ verzichtet vollständig auf Aromastoffe, Geschmacksverstärker, gehärtete Fette und Konservierungsmittel (außer Pökelsalz bei Wurst) und bei einigen Artikeln gänzlich auf Zuckerzusatz
- Die Eigenmarken „Hofstädter“, „Chef Menü“ und „Simply



Good“ kommen ohne künstliche Aromen, Geschmacksverstärker und Konservierungsmittel (außer Pökelsalz bei Wurst) aus.

- Der maximale Salzgehalt liegt bei den Eigenmarken „Chef Menü“ und „Simply Good“ bis auf wenigen Ausnahmen bereits gemäß der WHO-Richtlinie bei unter 1,5 g /100 g.
- Zuckerreduzierte Artikel finden sich in den Eigenmarken-Linien „Ja! Natürlich“, „clever“, „Simply Good“, „BILLA immer gut“ und BILLA Bio.

Energie, Klima & Umwelt





STRATEGISCHER ANSATZ

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

Ein erheblicher Teil der weltweiten CO₂-Emissionen entsteht bei der Herstellung und dem Konsum von Produkten sowie bei der Bereitstellung von Dienstleistungen. Auch im Betrieb der Märkte, in der Logistik und an den Standorten entstehen Treibhausgasemissionen. Wie vorrangig Klimaschutz für die REWE Group in Österreich ist, bestätigten auch die Stakeholder im Rahmen der 2020 aktualisierten Wesentlichkeitsanalyse: Das Thema wurde als besonders relevant eingestuft und erreichte im Ranking den vierten Platz (für weitere Informationen siehe Abschnitt Wesentlichkeitsanalyse).

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

Die Nachhaltigkeitssäule „Energie, Klima und Umwelt“ befasst sich im Wesentlichen mit umweltrelevanten Aktivitäten, die in den eigenen Geschäftsprozessen liegen. Dazu zählen die Errichtung und der Betrieb der Märkte, Lager-, Verwaltungs- und Produktionsstandorte, die Logistik sowie Ressourcen und Materialien, die für die eigene Geschäftstätigkeit benötigt werden. Wir wollen Ressourcen sparsam nutzen und mehr recycelte und nachhaltigere Materialien einsetzen. Die Einsparung von Energie und die Vermeidung klimaschä-

digender Emissionen haben einen besonderen Stellenwert für das Unternehmen. So hat die REWE Group in Österreich ein zentrales Energiemanagement zur Steuerung ihrer Effizienzmaßnahmen aufgebaut. Seit 2008 nutzen wir Grünstrom. Wir schöpfen Optimierungspotenziale in der Logistik aus und „leben“ mit 1.029 energieeffizienten Filialen Nachhaltigkeit. Ihre Fortschritte überprüft die REWE Group in Österreich in einer jährlichen Klimabilanz, die von unabhängigen Experten erstellt wird.

HANDLUNGSFELDER

In der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ hat die REWE Group in Österreich im Rahmen eines Strategieprozesses die folgenden drei Handlungsfelder identifiziert: Energieeffizienz, klimarelevante Emissionen und Ressourcenschonung.

ZIELE UND KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPI)

Um die Fortschritte in der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ messbar zu machen, wurden verschiedene KPI mit dazugehörigen Zielen definiert. 2013 hat die REWE Group in Österreich mit der REWE Group in Deutschland ein gemeinsames Ziel gesetzt: Die Treibhausgasemissionen pro Quadratmeter Verkaufsfläche sollen sich bis 2022 gegenüber 2006 halbieren. Dieses CO₂-Reduktionsziel konnte 2020 frühzeitig erreicht werden. Eine Vielzahl an Maßnahmen hat dazu beigetragen, etwa wie Grünstrom aus Österreich, die Umstellung auf klimafreundlichere Kältemittel oder der Einbau von Türen an Kühlregalen. Die REWE Group geht den Kurs ihrer Klimastrategie jedoch konsequent weiter.

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



KPI	2020	2021	2022	Status
Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group um 30 % bis 2030 (gegenüber 2019) Klimaneutralität für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group bis 2040	-8,1 %	-7,3 %	-11,6 %	In Umsetzung
Reduktion der kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group um 60 % bis 2030 (gegenüber 2019)	-11 %	-18 %	-30,3 %	In Umsetzung
Reduktion des Stromverbrauchs je Quadratmeter Verkaufsfläche um 10 % bis 2030 (gegenüber 2019)	-3,1 %	-5,2 %	-6,7 %	In Umsetzung

Erreichte Ziele:

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



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Mit ihrem Engagement in der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ leistet die REWE Group in Österreich auch einen Beitrag zu globalen Zielen einer nachhaltigen Entwicklung. Ein Abgleich der Nachhaltigkeitsstrategie mit den Sustainable Development Goals (SDG) zeigt, dass vor allem erneuerbare Energien (SDG 7), nachhaltige Städte und Gemeinden (SDG 11) sowie Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13) entscheidend für die Säule „Energie, Klima und Umwelt“ sind. Im Rahmen dieser Analyse wurde von den Nachhaltigkeitsverantwortlichen der REWE Group und externen Stakeholdern die erneuerbaren Energien mit hoher Relevanz für die REWE Group bewertet. Siehe auch Abschnitt 1.8 Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group in Österreich.

REPORTING

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

- Abfall
- Energie
- Klimaschutz
- Materialien
- Wasser





MANAGEMENTANSATZ

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

Materialien GRI 301

In der Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften bekennt sich die REWE Group zu einer effizienten Nutzung der natürlichen Ressourcen Boden, Luft und Wasser sowie von Rohstoffen, Kraft- und Brennstoffen. Dafür optimiert die REWE Group in Österreich Ressourcenverbräuche in ihren Geschäftsprozessen durch produkt- oder rohstoffbezogene Maßnahmen in vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette. Produktbezogene Maßnahmen werden außerdem bei Verpackungen, Recyclingmaterialien und der Optimierung von Materialkreisläufen umgesetzt. Mehr zum Thema Verpackung siehe Abschnitt 2.7 Verpackungen.

Projekte und Maßnahmen zur Ressourcenschonung

Bei vielen Geschäftsprozessen sind wir bestrebt, Materialkreisläufe zu schließen und Ressourcen zu schonen. Schwerpunkte liegen im Energiemanagement, in der Optimierung von Logistikprozessen, im Einsatz von umweltfreundlicherem Papier und im Abfallmanagement.

Um die Menge an Abfällen von Transportverpackungen zu reduzieren, setzt die Logistik der REWE Group in Österreich Mehrwegbehälter ein. In den vergangenen Jahren konnte der Anteil wiederverwendbarer Poolkisten weiter gesteigert werden. Bei Obst und Gemüse liegt er mittlerweile bei rund 80 Prozent.

Einsatz aromatenarmer Druckfarben verbessert das Recyclingpapier

Bei Druckerzeugnissen setzen wir auf umweltfreundliche Farben. Die REWE Group in Österreich erfüllt die Anforderungen des Umweltzeichens Blauer Engel für Druckerzeugnisse (RAL 195), das schadstoffarme Farben und Lacke voraussetzt.

In intensiver Zusammenarbeit mit Druckereien und Farbherstellern hat die REWE Group zuvor Alternativen zu konventionellen mineralölhaltigen Druckfarben erarbeitet. Seit 2016 wird in unseren Flugblättern nur noch aromatenarme Druckfarbe verwendet. Damit reduzieren wir den Einsatz von Lösungsmitteln. Der Vorstoß der REWE Group in Österreich hat generell zu mehr Umweltschutz bei den Produzenten geführt: Heute liefern die führenden Farbhersteller in Deutschland, Österreich und der Schweiz für das Headset-Druckverfahren vorzugsweise aromatenarme Farbe aus!

Aromatenarme Farbe ist auch aus einem anderen Grund wichtig: Sind Papiere mit konventionellen mineralölhaltigen Farben bedruckt, so darf daraus gewonnenes Recyclingpapier nicht für die Verpackung von Lebensmitteln verwendet werden. Der Grund: Gesundheitsgefährdende Stoffe könnten auf Lebensmittel übergehen. Die REWE Group setzt sich deshalb dafür ein, aromatenfreie Farbe zum Standard in der Druckindustrie zu machen. Das wäre ein entscheidender Schritt zur Verwendung von Recyclingpapier für Lebensmittelverpackungen.

Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen GRI 301-1

Für ein Handels- und Touristikunternehmen ist Papier eine wesentliche Ressource, die vorwiegend in der Produktwerbung eine große Rolle spielt. Der gesamte Papierverbrauch der REWE Group in Österreich konnte im Jahr 2022 auf 16.957 Tonnen, der spezifische Papierverbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche auf 11,6 kg/m² reduziert werden. Der überwiegende Anteil des Papierverbrauchs entfällt auf die Produktion von Flugblättern.



Absoluter Papierverbrauch der REWE Group in Österreich Tonnen

2020	2021	2022
22.089	22.673	16.957

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

2020	2021	2022
15,1	15,2	11,6

Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe GRI 301-2

Für uns ist Papier eine wesentliche Ressource. Um den Verbrauch umweltfreundlicher zu gestalten, setzt die REWE Group in Österreich auf Recyclingpapier. Es wird insbesondere für Flugblätter und andere Printmedien sowie in der Verwaltung verwendet.

Seit 2009 verwenden wir auf breiter Front umweltfreundlichere Papiere. Dazu gehören Recyclingpapier (mit oder ohne das Umweltzeichen Blauer Engel) sowie Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft, das vom Forest Stewardship Council (FSC) oder dem Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC) zertifiziert wurde.

Der Anteil von umweltfreundlicherem Papier am Gesamtverbrauch beträgt bei der REWE Group in Österreich fast 100 Prozent, der Anteil von Recyclingpapier lag 2022 bei über 97 Prozent. Bei den restlichen 3 Prozent wird fast ausschließlich Frischfaserpapier aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet, das FSC- oder PEFC-zertifiziert ist.



MANAGEMENTANSATZ

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

Im Rahmen der Säule „Energie, Klima und Umwelt“ wurden drei Handlungsfelder definiert: Energieeffizienz, klimarelevante Emissionen und Ressourcenschonung.

Im Rahmen des Handlungsfelds Energieeffizienz arbeitet die REWE Group in Österreich kontinuierlich daran, ihren Energieverbrauch pro Quadratmeter Verkaufsfläche zu reduzieren. Damit leistet sie einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz.

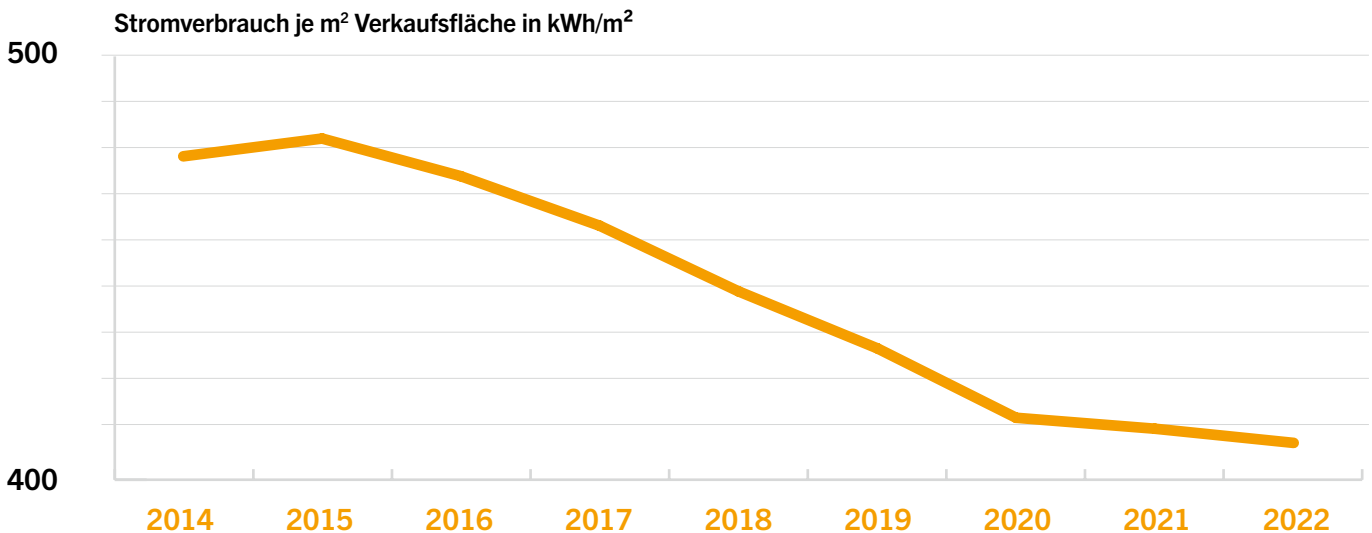
Energie GRI 302

Die wesentlichen Energieverbräuche entstehen bei der Kälteerzeugung und der Beleuchtung in unseren Märkten. Außerdem fallen durch den Transport von Waren relevante Kraftstoffverbräuche an. Der Stromverbrauch, der mit etwa 58 Prozent den größten Anteil am gesamten Energieverbrauch ausmacht, zeigt folgende Entwicklung:

Die REWE Group in Österreich hat den für 2022 angestrebten Zielwert bereits im Jahr 2018 erreicht. 2019 konnte dieser nochmals deutlich reduziert werden. Die Treiber waren LED-Beleuchtung, energieeffizientere Kühlungen und neue energieeffizientere Märkte. Das Ergebnis zeigt: Die implementierten Energiemanagementsysteme greifen! Die REWE Group in Österreich wird weiterhin daran arbeiten, ihre Energieeffizienz in einem ständigen Verbesserungsprozess zu steigern.



Entwicklung des Stromverbrauchs in Österreich im Detail



	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
EKU Energie kWh/m²	476,4	480,6	471,7	460	444,5	431,04	414,64	412,05	408,7
Veränderungen gegenüber 2012	-4,39%	-3,54%	-5,32%	-7,67%	-10,78%	-13,48%	-16,77%	-17,29%	-20,02%

Geltungsbereich: Unternehmen der REWE Group in Österreich inklusive ADEG Kaufleute

Die Senkung des Energieverbrauchs pro Quadratmeter Verkaufsfläche ist ein wichtiger Beitrag zur Erreichung des Klimaziels der REWE Group in Österreich. Zu den Maßnahmen siehe Abschnitt 3.5 Klimaschutz.

Im April 2016 erhielt die REWE International AG für Österreich die ISO 50001-Zertifizierung für rund 2.100 Märkte (BILLA, MERKUR, PENNY Österreich, BIPA) und den gesamten Logistikbereich.

Energieverbräuche optimieren

Mit dem Energiemanagementsystem verfügt die REWE Group in Österreich über ein effektives Steuerungsinstrument, um die Energieeffizienz kurz- und langfristig zu verbessern. Dadurch werden Einsparpotenziale identifiziert, die sich bei der

Umsetzung von notwendigen Maßnahmen ökologisch und durch die Senkung von Betriebskosten auch wirtschaftlich positiv auswirken. Voraussetzung für die weitere Optimierung der Energieverbräuche ist die detaillierte Erfassung der zentralen Energieziele und Definition von Unterzielen sowie das Monitoring. Nur so lassen sich Zusammenhänge zwischen den gemessenen Energieverbräuchen und umgesetzten Maßnahmen nachvollziehen und überwachen. Neben den zuständigen Verwaltungsmitarbeiter:innen und Energiemanager:innen spielen dabei auch die Mitarbeiter:innen in den Märkten, Produktionsbetrieben, zentralen Bürogebäuden und an den Lagerstandorten eine wichtige Rolle. Sie leisten durch ihr Verhalten am Arbeitsplatz einen wichtigen Beitrag zum Erfolg von Maßnahmen. Viele Hinweise für Verbesserungen kommen von ihnen.



Energieverbrauch innerhalb der Organisation GRI 302-1

Der Energieverbrauch umfasst Strom, im Wesentlichen für die Kühlung und Beleuchtung, sowie den Kraftstoffverbrauch für die Transporte der Produkte vom Lager zum Markt und bei Online-Bestellungen die Lieferung zu den Kund:innen. Dieser Teil der Logistik fällt in den direkten Einflussbereich des Unternehmens. Deshalb haben wir sowohl die Verbräuche der eigenen Fahrzeuge als auch die der externen Dienstleister aufgenommen.

Der Energieverbrauch der REWE Group in Österreich ist 2022 im Vergleich zu 2019 auf 1.026 GWh gefallen. Der größte Anteil des gesamten Energieverbrauchs aus dem Jahr 2022 entfällt mit etwa 58 Prozent auf Strom, gefolgt von den Kraftstoffen für Lkw (inkl. Fremdlogistik) und Gas.

Absoluter Energieverbrauch der REWE Group in Österreich 2022 in kWh, aufgeteilt nach Bereichen

	GWH 2022	ANTEILE 2022
Strom	613	58%
Fuhrpark LKW (Diesel + CNG)	176	17%
Raumwärme Gas	159	15%
Fernwärme	68	6%
Fuhrpark PKW	25	2%
Raumwärme Öl	21	2%

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der ADEG Kaufleute

Energieverbrauch der REWE Group in Österreich

	EINHEIT	2020	2021	2022
Absoluter Energieverbrauch	in GWh	1.036	1.061	1026
Energieverbrauch je m² Verkaufsfläche	in kWh/m ²	706	713	703

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der ADEG Kaufleute



Energieintensität GRI 302-3

Die Energieintensität umfasst den standortbezogenen Energieverbrauch von Strom und Wärme. Dieser spezifische Energieverbrauch (Energieverbrauch je Quadratmeter Verkaufsfläche) der REWE Group in Österreich ist im Berichtszeitraum gesunken und lag 2022 bei 562 kWh/m². Diese Entwicklung ist auf eine Steigerung der Quadratmeter-Verkaufsfläche und zahlreichen Maßnahmen für mehr Stromeffizienz zurückzuführen. Ein Beispiel: Einsatz von LED-Beleuchtungen.

Verringerung des Energieverbrauchs GRI 302-4

Die Energiemanager der REWE Group in Österreich prüfen Ist- und Soll-Verbräuche und geben Empfehlungen zur Optimierung. Das betrifft meist die Beleuchtung sowie Kälte-, Heizungs- und Lüftungsanlagen. Auch beim Wärmeverbrauch optimieren wir laufend.

BELEUCHTUNG

Die Beleuchtung beeinflusst das Wohlbefinden der Kund:innen und die Präsentation der Produkte – ein angenehmes Licht trägt wesentlich zum Einkaufserlebnis bei. Gleichzeitig ist die Beleuchtung für rund 25 Prozent des Stromverbrauchs in den Lebensmittelmärkten verantwortlich. Um diesen Verbrauch zu reduzieren, arbeitet das Energiemanagement an effizienten Beleuchtungskonzepten, die den Lichtanforderungen der Vertriebslinien gerecht werden.

PROJEKT ZUR UMSTELLUNG AUF LED-BELEUCHTUNG

Die Vertriebslinien der REWE Group in Österreich haben bereits 2013 und 2014 mit der systematischen Umstellung auf LED-Beleuchtung in ihren Märkten begonnen. Bei der Neu- und Austauschbeschaffung wurden vorzugsweise LED erworben. Dafür mussten abgestimmte Lichtkonzepte und neue technische Lösungen entwickelt werden. In den vergangenen Jahren haben sich die LED-Beleuchtungssysteme bezüglich Lichtfarbe und Lebensdauer deutlich weiterentwickelt. Dem flächendeckenden Einsatz steht nichts mehr im Wege. Die REWE Group in Österreich setzt heute bei allen Neu- und Umbauten neue LED-Lichtkonzepte in Märkten und an den Logistikstandorten ein. Der Einsatz von LED-Beleuchtung hat in den vergangenen Jahren viel dazu beigetragen, den Stromverbrauch der REWE Group in Österreich zu reduzieren.

KÜHLUNG

Die Kühlung benötigt in den Lebensmittelmärkten den meisten Strom. Sie ist daher eine wichtige Stellschraube zur Reduzierung des Energieverbrauchs. Optimierte Kühlregale sparen 20 bis 40 Prozent des Kältestroms ein. Dabei sind Glastüren an den Kühlregalen eine wirkungsvolle und sichtbare Maßnahme zur Verringerung des Energiebedarfs.

Ein weiterer wichtiger Faktor ist die kontinuierliche Wartung und fachgerechte Steuerung der Kühlanlagen. Nur wenn die Kälteanlagen optimal betrieben werden, sind sie energieeffizient. Da das Frische- und Convenience-Angebot in den Märkten zunimmt und der Kühlbedarf damit steigt, werden energieeffiziente Kühlregale bedeutsamer.

KÄLTEFORUM SORGT FÜR REGELMÄSSIGEN AUSTAUSCH

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

MASSNAHMEN ZUR VERRINGERUNG DES STROMVERBRAUCHS

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

LOGISTIK UND WARENTRANSPORT

Die Logistik der REWE Group in Österreich sorgt vorrangig dafür, dass die Märkte stets bedarfsgerecht beliefert werden. Dahinter steht ein komplexes Transport- und Lagersystem. Es gewährleistet Verfügbarkeit, Qualität und Frische der Produkte. Der Eigenfuhrpark umfasst über 460 Lkw. Eine konsequente Routenplanung und Auslastung der Lkw ist Grundvoraussetzung für Treibstoffoptimierungen.



Die transportbedingten Emissionen haben an den gesamten Treibhausgasemissionen der REWE Group in Österreich einen Anteil von 36,47 Prozent. Um diese zu verringern, setzen wir an folgenden Hebeln an: kürzere Entfernungen zwischen Lager und Marktstandorten, hohe Auslastung der Fahrzeuge, Reduzierung der Emissionen pro Kilometer durch differenzierte Logistikkonzepte, effiziente Technik und angepasstes Fahrverhalten.

SCHULUNGEN FÜR KRAFTFAHRER:INNEN

Für die sparsame Nutzung ihrer Fahrzeuge führt die REWE Group in Österreich Schulungen durch. Viele Maßnahmen ergeben sich aus dem flächendeckenden Monitoring des Kraftstoffverbrauchs. Durch Corona, zusätzliche Fahrten in die Märkte und steigende Onlinebestellungen stieg er 2022 leicht an.

Um den CO₂-Ausstoß des Fuhrparks weiter zu senken, wird die Fahrzeugflotte kontinuierlich erneuert. Der Anteil an Fahrzeugen gemäß der Euro-6-Emissionsnorm betrug Ende des Jahres 2022 über 90 Prozent (bezogen auf die Gesamtanzahl der eigenen Lkw).

Immer wieder prüfen wir alternative Antriebstechnologien auf Einsatzfähigkeit, Praktikabilität und Wirtschaftlichkeit.

MOBILITÄT

Wir können den Energieverbrauch auch senken, indem wir Mitarbeiter:innen und Kund:innen in unsere Mobilitätsstrategie einbeziehen.

Ende 2022 gab es 188 Dienstwagen mit Elektroantrieb im Unternehmen. Für sie sowie Gäste stehen rund 100 reservierte Parkplätze mit Ladepunkten in der Zentrale in Wiener Neudorf und in den Lagern zur Verfügung.

Kund:innen der Handelsfirmen BILLA und PENNY können österreichweit bei 76 Standorte E-Tankstellen mit 210 Ladepunkten nutzen. Sie werden in Kooperation mit SMATRICS betrieben. Bei den 41 Schnellladestationen können E-Fahrer:innen schon während eines 20-minütigen Einkaufs ihr Fahrzeug bis zu 80 Prozent aufladen. 2022 konnten so E-Fahrzeuge mit 2.059.621 kWh Grünstrom nachhaltig angetrieben werden.

Summe geladener Grünstrom bei Kund:innen-Ladestationen in kWh

2020	2021	2022
618.000	818.000	2.060.000



MANAGEMENTANSATZ

Sowohl an ihren eigenen Standorten als auch bei der Herstellung von Produkten in der Lieferkette benötigt die REWE Group in Österreich Wasser. Wir möchten es nachhaltig und schonend nutzen.

Die Aktivitäten mit Blick auf den Wasserverbrauch sind dem Handlungsfeld Ressourcenschonung zuzuordnen. Die REWE Group in Österreich ist bestrebt, ihren Wasserverbrauch zu reduzieren.

Wasser GRI 303

Die REWE Group in Österreich nutzt Wasser in ihren Märkten, an ihren Produktions- und Lagerstätten sowie Verwaltungstandorten. Hier senken Wasserspareinrichtungen den ohnehin niedrigen Verbrauch an Frischwasser. Eine größere Rolle spielt die Wasserentnahme und -entsorgung bei der Herstellung von Produkten. Hier engagiert sich die REWE Group in Österreich in ihrer Lieferkette mit produktbezogenen Projekten. Für weitere Informationen siehe auch Abschnitt 2.9 Ökologische Aspekte in der Lieferkette.

Wasserentnahme nach Quelle GRI 303-1

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

Wasserverbrauch der REWE Group in Österreich

	2020	2021	2022
Absoluter Wasserverbrauch (m³)	740.000	664.000	755.000
Wasserverbrauch je m² Verkaufsfläche (m³/m²)	0,50	0,45	0,52

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich exklusive der ADEG Kaufleute



MANAGEMENTANSATZ

Das Klima wird durch menschliche Aktivitäten massiv beeinflusst – der Klimawandel hat starke Auswirkungen auf Ökosysteme und damit auch auf das gesellschaftliche Leben. Die REWE Group in Österreich ist sich ihrer Verantwortung für das Klima bewusst: Ein erheblicher Teil der weltweiten CO₂-Emissionen entsteht bei der Herstellung und dem Konsum von Produkten sowie bei der Bereitstellung von Dienstleistungen. Die Aktivitäten der REWE Group in Österreich mit Blick auf den Klimaschutz sind dem Handlungsfeld klimarelevante Emissionen zuzuordnen.

Emissionen GRI 305

Wo immer möglich sparen wir Energie ein und vermeiden klimaschädigende Emissionen. Vor dem Hintergrund steigender Energiepreise ist das wichtiger als je zuvor. Herausforderungen für die Zukunft liegen für die REWE Group in Österreich insbesondere in den steigenden Anforderungen im Bereich Frische und Convenience – sie führen zu mehr Transporten und mehr Kühlung.

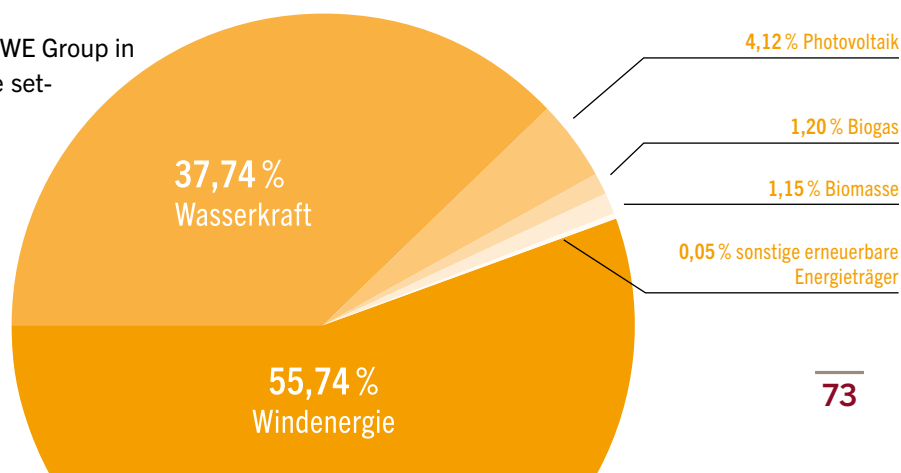
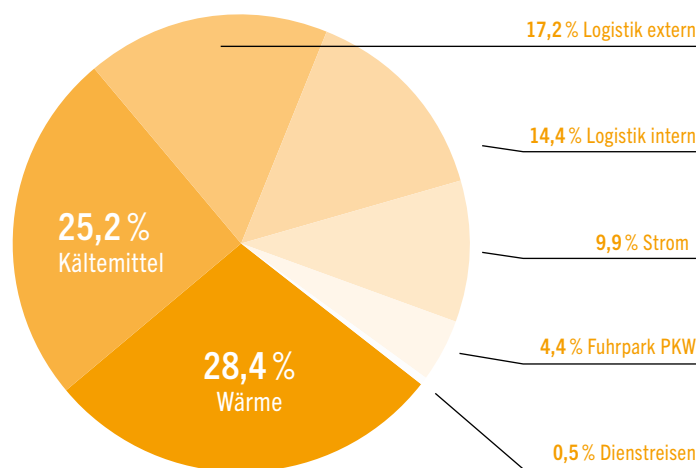
Die REWE Group in Österreich trägt messbar zum Klima- und Ressourcenschutz bei, die Belastungen für Klima und Umwelt halten wir so gering wie möglich. Dies ist auch in der Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group verankert. Die absoluten Treibhausgasemissionen für Österreich sanken von 344.000 Tonnen 2006 auf 172.660 Tonnen im Jahr 2022. Die spezifischen Treibhausgasemissionen (Einheit: CO₂-Äquivalente pro Quadratmeter Verkaufsfläche) sind in diesem Zeitraum um 50,1 Prozent gesunken. Bis 2030 sollen die absoluten Treibhausgasemissionen um weitere 30 Prozent gegenüber dem neuen Basisjahr 2019 reduziert werden.

Neben dem übergeordneten Klimaziel hat die REWE Group in Österreich weitere KPI mit Zielen definiert. Diese setzen bei den Aktivitäten im Bereich „Energie, Klima und Umwelt“ an, die für wesentliche Verbräuche stehen und bei denen durch

eigene Maßnahmen eine direkte Wirkung erzielt werden kann: Energieeffizienz (Kühlung und Beleuchtung) und kältemittelbedingte Treibhausgasemissionen. Die Ziele sind für alle Vertriebslinien und Holding-Bereiche in verpflichtende Vorgaben konkretisiert und verankert. Die zur Zielerreichung notwendigen Investitionen in neue Technik und Verfahren werden durch die Vertriebslinien und Holding-Bereiche verabschiedet. Für weitere Informationen siehe auch Abschnitt 3.3 Energie.

Klimabilanz als Monitoringinstrument

In unserer Klimabilanz dokumentieren wir die Fortschritte bei der Erreichung des Klimaziels. Die größten negativen Effekte gehen vom Wärmeverbrauch und den Kältemitteln der Kühlanlagen aus. Für weitere Informationen siehe auch Abschnitt 3.3 Energie.





Nutzung alternativer Energien fördern

Bereits Anfang 2008 erfolgte die Umstellung des Stromeinkaufs für Märkte, Lager und Zentralbauten auf zertifiziertem Grünstrom. Dieser wird über die EHA bezogen, eine 100-prozentige Tochter der REWE Group. Die REWE Group in Österreich setzt auf regenerativ erzeugten Strom. Photovoltaik-Anlagen kommen bei Verwaltungsstandorten, Lagern und bei geeigneten Standorten auch auf Märkten zum Einsatz. Ende 2022 betrieb die REWE Group in Österreich an insgesamt 130 Standorten Photovoltaikanlagen mit einer potenziellen Anlagenleistung von 8.073.535 kWp.

Kältemittelbedingte Treibhausgasemissionen reduzieren

Die Treibhausgasemissionen von Kühlanlagen hängen vor allem von den verwendeten Kältemitteln ab. Um die Emissionen zu reduzieren, hat das Unternehmen früh beschlossen, klimaschonendere Kältemittel einzusetzen. Diese sind zunehmend auch natürliche Kältemittel wie CO₂ oder Propan und Kältemittel mit einem geringeren Treibhausgaspotenzial.

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

Intensität der Treibhausgasemissionen GRI 305-4

Treibhausgasemissionen der REWE Group in Österreich

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der ADEG Kaufleute

	EINHEIT	2006	2019	2020	2021	2022
Absolute Treibhausgasemissionen	t CO ₂ -Äquivalente	344.345	182.504	185.936	175.169	172.660
Spezifische Treibhausgasemissionen je m² Verkaufsfläche	kg CO ₂ -Äquivalente/m ²	359	127	127	118	118

	TONNEN CO ₂ -EQU. 2022	ANTEILE
Kältemittel	17.168	9,9%
Fuhrpark Logistik	54.452	31,5%
Raumwärme Gas + Pellets	34.602	20%
Fernwärme	9.470	5,5%
Fuhrpark PKW	7.639	4,4%
Raumwärme Heizöl	4.987	2,9%
Flüge	881	~0,5%

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der ADEG Kaufleute

Sowohl die absoluten als auch die spezifischen Treibhausgasemissionen (je Quadratmeter Verkaufsfläche) der REWE Group in Österreich sind über den Berichtszeitraum gesunken. Die spezifischen Treibhausgasemissionen lagen 2022 bei 118 Kilogramm CO₂-Äquivalenten je Quadratmeter. Im Vergleich zu 2006 sind sie um 42,6 Prozent gesunken. Die Berechnung der Emissionsintensität umfasst direkte, indirekte energiebezogene und weitere indirekte Emissionen (Scope 1, 2 und 3).



Senkung der Treibhausgasemissionen GRI 305-5

Die REWE Group in Österreich hat auf breiter Front Maßnahmen zur Einsparung von Strom ergriffen, die zu einer Verringerung der Treibhausgasemissionen führen. Die Umstellung auf LED-Beleuchtung haben wir bereits erwähnt, die Lichtsteuerung wird laufend optimiert. In den Märkten wurden die Einschaltzeiten der Kühlung reduziert und neue energieeffiziente Kälteanlagen installiert. Die Kühlregale für Molkereiprodukte werden sukzessive mit Türen ausgestattet sowie die Anlagentechnik laufend erneuert.

Emissionen Ozon abbauender Substanzen (ODS) GRI 305-6

Die REWE Group in Österreich hat in den vergangenen Jahren den Einsatz Ozon abbauender Kältemittel konsequent reduziert – mit 2021 wurde kein ozonschädigendes Kältemittel mehr eingesetzt. Dies ist vor allem auf die gesetzlich vorgeschriebene Umstellung des Kältemittels R22 auf nicht Ozon abbauende Kältemittel zurückzuführen.

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

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

	EINHEIT	2020	2021	2022
Emissionen Ozon abbauender Stoffe aus nachgefüllten Kältemitteln gesamt	kg FCKW-11-Äquivalente	3	0	0

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive ADEG Kaufleute

Stickstoffoxide (NOx), Schwefeloxide (SOx) und andere signifikante Luftemissionen GRI 305-7

Die Luftschadstoffe, die auf die Geschäftstätigkeit der REWE Group in Österreich zurückzuführen sind, entstehen vorrangig in den vorgelagerten Verbrennungs- und Produktionsprozessen – vor allem, wenn Strom, Wärme und Papier hergestellt werden. Auch sind es die Emissionen aus Kältemitteln, der Logistik und Dienstreisen, die sich auf die Luftemissionen auswirken.

Immer wieder erproben wir alternative Antriebstechnologien auf Einsatzfähigkeit, Praktikabilität und Wirtschaftlichkeit. Allerdings ist das Angebot entsprechender Fahrzeuge klein, insbesondere im Bereich der 40-Tonner.



Luftschadstoffemissionen inklusive Vorketten (t)

	2020	2021	2022
NOx	430	288	277
SOx	74	51	46
Feinstaub (Partikel <10 µm)	26	14	12
Non Methane Volatile Organic Compounds	73	39	36

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der ADEG Kaufleute

ÖKOLOGISCHE BEGRÜNUNGEN

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

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



MANAGEMENTANSATZ

Im Rahmen der Geschäftstätigkeit der REWE Group in Österreich fallen verschiedene Arten an Abfällen an. Wir reduzieren und verwerten diese werkstofflich, wo immer möglich. Damit schonen wir wertvolle Ressourcen.

Abwasser und Abfall GRI 306

Beim Umgang mit Abfällen und Wertstoffen setzt die REWE Group in Österreich gemeinsam mit ihren Entsorgungspartnern konsequent auf Recycling. Insbesondere Wertstoffe, die in der Logistik anfallen, werden sortenrein erfasst. So können sie optimal der werkstofflichen Verwertung zugeführt werden.

Das zeigt sich hauptsächlich bei nicht gefährlichen Abfällen. Sie werden zu einem besonders hohen Anteil werkstofflich verwertet. Seit 2008 liegt diese Quote konstant bei über 90 Prozent. Fast vollständig werkstofflich verwertet werden Papier, Pappe und Kartonagen (PPK). Mit fast 50 Prozent machen sie den größten Anteil des gesamten Abfallaufkommens aus. PPK ist ein wichtiger Rohstoff für die Papierindustrie, aus den recycelten Fasern werden erneut Papier und Pappe hergestellt. Aber auch bei Kunststoffen, Metallen, Glas und Abfällen aus den Märkten wird der größte Teil stofflich verwertet. Organische Abfälle der Lebensmittelmärkte kommen in Kompostier- oder Biogasanlagen.

Vermeidung von Lebensmittelverschwendung

Bei Lebensmitteln ist die REWE Group in Österreich bestrebt, die Verlustquoten auf ein Minimum zu reduzieren. Wir kombinieren moderne Prognosesysteme und automatisierte Bestellverfahren mit kurzen Transportwegen und lückenloser Kühlung. Die Märkte werden bedarfsgerecht versorgt, der Anteil nicht verkaufter Ware ist gering.

Die Erfahrung der Mitarbeiter:innen spielt dabei eine wichtige Rolle. Daher führen wir regelmäßig Schulungen durch. Für Informationen zum Engagement zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung siehe Abschnitt 5.2 Projekte und Förderungen.

Abfall nach Art und Entsorgungsmethode GRI 306-2

2022 betrug die Menge nicht gefährlicher Abfälle innerhalb der REWE Group in Österreich 106.054 Tonnen (Vorjahr: 108.324 Tonnen). Gefährliche Abfälle machten 2022 526 Tonnen aus (Vorjahr: 580 Tonnen). Das ist ein minimaler Teil (< 0,5 %) des gesamten Abfalls, primär bestimmte Elektroaltgeräte, Öle, Batterien und Leuchtstoffröhren.



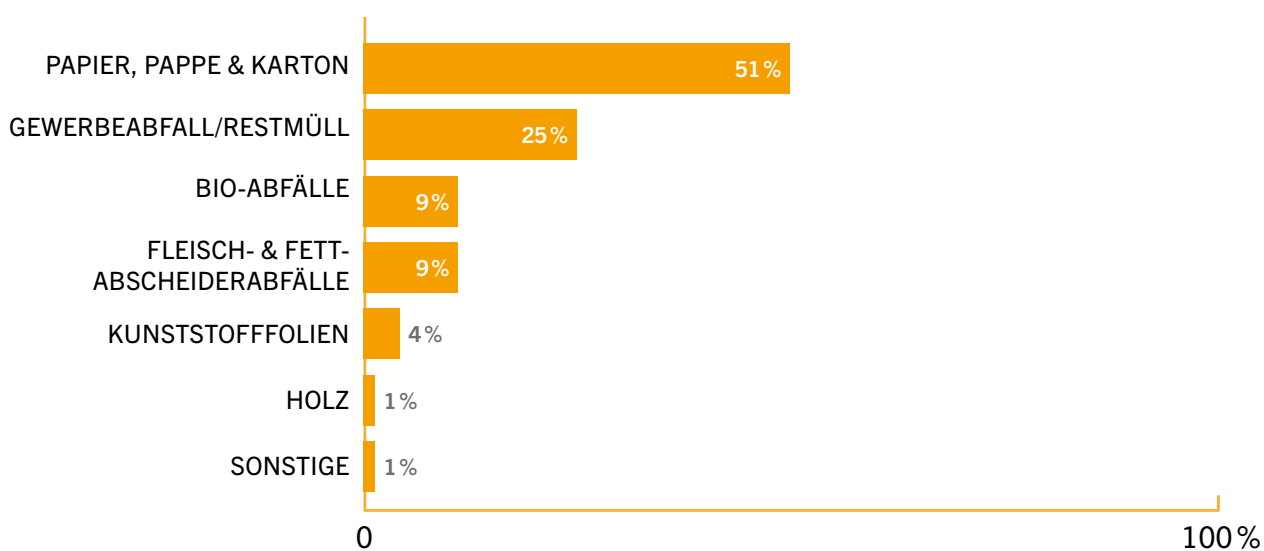
Nicht gefährliche Abfälle – Absolutes Aufkommen (t)

	2020	2021	2022
Absolutes Aufkommen (t)	108.090	108.324	106.054

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

	2020	2021	2022
Spezifisches Abfallaufkommen (kg/m²)	80	79	77

Nicht gefährliche Abfälle – Prozentuales Aufkommen nach Abfallart 2021



Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der ADEG Kaufleute

Gefährliche Abfälle – Absolutes Aufkommen (t)

	2020	2021	2022
Gefährliche Abfälle – Absolutes Aufkommen (t)	404	580	526

Geltungsbereich: REWE Group in Österreich inklusive der ADEG Kaufleute

Mitarbeiter:innen





Mitarbeiter:innen

STRATEGISCHER ANSATZ

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

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

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

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

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

HANDLUNGSFELDER

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

KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPI)

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

Ausbildungsquote (exklusive ADEG Kaufleute)

	2020	2021	2022
Ausbildungsquote in Prozent (Anteil Lehrlinge an Gesamtbelegschaft in Vollzeitäquivalente, exklusive ADEG Kaufleute)	5,2	5,8	5,9

Interne Besetzung von Führungspositionen (exklusive ADEG Kaufleute)

	2020	2021	2022
Interne Besetzung von Führungspositionen in Prozent (exklusive ADEG Kaufleute)	80,4	81,0	80,7



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

	2020	2021	2022
Anteil der Führungspositionen, die mit Frauen besetzt sind in Prozent	65,4	64,1	64,7

Unfälle (exklusive ADEG Kaufleute)

	2020	2021	2022
Unfälle pro 1.000 Vollzeitäquivalente	30,5	27,2	25,3

Behindertenquote (exklusive ADEG Kaufleute)

	2020	2021	2022
Behindertenquote nach Köpfen in Prozent	1,7	1,9	1,9

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Die REWE Group in Österreich hat im Berichtszeitraum ihre Nachhaltigkeitsstrategie mit den Sustainable Development Goals (SDG) abgeglichen und die für sie relevanten SDG identifiziert und priorisiert. Eines der höchstbewerteten SDG fällt in den Verantwortungsbereich der Säule „Mitarbeiter:innen“: Gute Arbeitsplätze und wirtschaftliches Wachstum (SDG 8). Siehe auch Abschnitt 1.8 Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group in Österreich.

REPORTING

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

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

Beschäftigung



MANAGEMENTANSATZ GRI 401

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

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

Zertifizierung durch das Audit Beruf und Familie

Seit Jahren lassen sich die REWE Group in Österreich und deren Handelsfirmen gemäß dem Audit „Beruf und Familie“ in regelmäßigen Abständen zertifizieren. Viele Maßnahmen sind bereits verankert und wichtige Bestandteile in der Förderung von Arbeits- und Familienleben. Zwei Beispiele: regelmäßigen Einladungen zum informellen Austausch zwischen karezierten Mitarbeiter:innen und Verantwortlichen aus der Personalabteilung und direkten Vorgesetzten sowie die Unterstützung bei der Ferienbetreuung.

Es gibt regelmäßige Zertifizierungsprozesse:

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

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

Mitarbeiter:innen-Zufriedenheit

2022 wurde eine Befragung zur Mitarbeiter:innen Zufriedenheit in allen Handelsfirmen und Zentralbereichen in Österreich durchgeführt. Insgesamt haben daran 32.116 Mitarbeiter:innen teilgenommen, was einer Rücklaufquote von 79 Prozent entspricht. Die Gesamtzufriedenheit der Mitarbeiter:innen pendelt sich bei guten 2,1 auf einer Skala von 1 – sehr zufrieden bis 6 – sehr unzufrieden ein.

Insbesondere die Zusammenarbeit im Team und die Freude an der Arbeit werden sehr positiv bewertet. Bei der Bezahlung, der Arbeitszeit und Karriereentwicklung gibt es Verbesserungspotenzial. Aufbauend auf den Ergebnissen der Befragung werden Maßnahmen zur Verbesserung der Mitarbeiter:innenzufriedenheit gesetzt, wie bspw. die Förderung der Fach- und Führungskarriere oder eine transparente Jobarchitektur mit dahinterliegenden Gehaltsbändern.

Maßnahmen und Projekte für ein gutes Beschäftigungsverhältnis

Die REWE Group in Österreich setzt Maßnahmen und Projekte um, die den Einklang von Beruf und Privatleben erleichtern. In vielen Fällen lässt sich der Arbeitstag durch Homeoffice und flexible Arbeitszeitmodelle individuell gestalten.

Kinderbetreuung

Vor Ferien stellen sich viele berufstätige Eltern die Frage, wer die Kinderbetreuung übernimmt. Die REWE Group in Österreich bietet der Belegschaft seit Jahren Feriencamps für Kinder an. Mit Sport, Spielen und Fremdsprachen werden die Kinder zu vergünstigten Preisen beschäftigt. 2022 nahmen über 320 Kinder von Mitarbeiter:innen aller Handels- und Zentralfirmen daran teil. Zudem wurden Camps auch tageweise angeboten – so konnten wir noch flexibler auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen eingehen.

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



Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation GRI 401-1

Die Fluktuationsrate der Mitarbeiter:innen ist seit Jahren relativ stabil und lag 2022 bei 33,1 Prozent.

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

	BIS 30 JAHRE	BIS 50 JAHRE	ÜBER 50 JAHRE	♀	♂
2020	6.450	3.630	560	7.045	3.595
2021	7.080	4.271	750	8.252	3.849
2022	8.103	5.594	1.065	9.825	4.937

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

	BIS 30 JAHRE	BIS 50 JAHRE	ÜBER 50 JAHRE	♀	♂
2020	5.031	3.853	1.381	7.047	3.218
2021	5.925	4.599	1.615	8.803	3.636
2022	6.756	5.678	1.862	9.959	4.337



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

2020	2021	2022
23,7	27,9	33,1

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

2020	2021	2022
8,1	8,1	7,8

Karenz GRI 401-3

Werdende Eltern erhalten vor und während ihrer Karenz Unterstützung, beispielsweise durch Informationsveranstaltungen zum Thema Elternzeit und Wiedereinstieg. BILLA Mitarbeiter:innen erhalten neben Informationsmaterial zu Schwangerschaft, Karenz und Rückkehr in den Beruf zur Geburt eine „BILLA Babybox“ mit Informationen und Produkten. Zusätzlich fördert die „Karenzjause“ den informellen Informationsaustausch von Eltern in Karenz mit ihren Kindern.

Rückkehr aus der Karenz

Die REWE Group in Österreich setzt sich für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ein. Wir versuchen die Rückkehr in den Beruf so einfach wie möglich zu gestalten. 2022 nahmen 3.174 Mitarbeiter:innen Karenz in Anspruch: 68 Väter und 3.096 Mütter. Im Berichtszeitraum sind 704 Karenzler:innen wieder an den Arbeitsplatz zurückgekehrt. 89 Prozent der Mitarbeiter:innen, die 2022 aus der Karenz zurückgekehrt sind, waren zum 31. Dezember 2022 noch beim Unternehmen beschäftigt.

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

	2020	2021	2022
Weiblich	3.020	3.107	3.096
Männlich	57	68	78
Gesamt	3.077	3.175	3.174

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

	2020	2021	2022
Weiblich	740	734	673
Männlich	28	58	49
Gesamt	768	792	722

Arbeitnehmer- Arbeitgeber:innen-Verhältnis



MANAGEMENTANSATZ

Die Einbindung der Belegschaft in Entscheidungsprozesse ist wichtig – sie kann eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen fördern und eine stärkere Identifikation der Mitarbeiter:innen mit dem Unternehmen bewirken.

Arbeitnehmer:innen-Arbeitgeber:innen

GRI 402

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

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

Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen

GRI 402-1

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

Arbeitssicherheit & Gesundheitsmanagement



MANAGEMENTANSATZ

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

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

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz GRI 403

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

Betriebliche Gesundheitsförderung

Zufriedenheit im Beruf, Erholung in der Freizeit und Zeit mit der Familie – das ist die Herausforderung für unsere schnelllebige Gesellschaft. Die REWE Group in Österreich ist sich der Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeiter:innen bewusst und unterstützt sie dahingehend. Die Mitarbeitenden sind das Herzstück des Unternehmens, ihre Gesundheit ist besonders wichtig. Deshalb unterstützen wir eine ausgewogene Work-Life-Balance. Die betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) trägt seit 2008 mit ihren Angeboten dazu bei, die eigene Gesundheit zu erhalten.

Arbeit erfordert den Einsatz körperlicher und geistiger Kraft. Die betriebliche Gesundheitsförderung beugt mit Kursen und Informationen Belastungen und Krankheiten am Arbeitsplatz vor. Sie stärkt Gesundheit, Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter:innen. Darüber hinaus kommen von der betrieblichen Gesundheitsförderung immer wieder Empfehlungen zur Verbesserung der Arbeitsverhältnisse.

Typische Themen der betrieblichen Gesundheitsförderung sind Ergonomie am Arbeitsplatz, Ernährung, Psyche, Stressprävention, Sport, Bewegung, Vorsorge und Arbeitszeitflexibilisierung. Wir befragen die Belegschaft, welche Kurse und Themen aktuell gewünscht sind. Auch die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens beeinflusst das Programm.

Begehungen und Analysen

Unsere Fachkräfte für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz informieren und beraten die Zentralbereiche und Handelsfirmen laufend über die gesetzlichen Anforderungen. Regelmäßig finden Begehungen der Arbeitsstätten statt. Unfälle werden systematisch analysiert, Arbeitsschutzberichte von Behörden (Bezirksämter, Gewerbeaufsicht, Arbeitsinspektion) werden ausgewertet. Die Vorgaben der zuständigen Arbeitsinspektorate werden intern kommuniziert. Regelmäßig stimmen sich unsere Expert:innen mit Vertrieb, Bauabteilungen und anderen Bereichen ab, etwa in Sitzungen des Arbeitsschutzausschusses. Führungskräfte und Mitarbeiter:innen werden für Arbeitssicherheit sowie gesundheitsförderliche Arbeitsbedingungen und -prozesse regelmäßig sensibilisiert. Im Rahmen eines kontinuierlichen Entwicklungsprozesses werden mögliche Handlungsfelder aufgezeigt, regelmäßig Schwerpunkte überprüft und weiterentwickelt.



Unfälle, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Todesfälle

2022 ging die Unfallrate im Vergleich zu 2021 von 27 auf 25 Unfälle pro 1.000 Vollzeitäquivalente leicht zurück. Raubüberfälle sind in den Märkten der REWE Group in Österreich – wie im gesamten Einzelhandel – nach wie vor ein Thema. Die betroffenen Mitarbeiter:innen können unter körperlichen und psychischen Schäden leiden, was zu längeren Ausfallzeiten führen kann. Eine Akutintervention nach traumatischen Ereignissen, das heißt eine professionelle psychologische Beratung, wird in der REWE Group in Österreich systematisch eingesetzt.

Gemeinsam sicher

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

Unfälle, Raubüberfälle und Todesfälle (exklusive ADEG Kaufleute)

		2020	2021	2022
Unfälle pro 1.000 Vollzeitäquivalente	Weiblich	30,8	26,4	23,9
	Männlich	29,9	28,9	28,5
	Gesamt	30,5	27,2	25,3
Anzahl verunfallte Mitarbeiter:innen (Arbeits- und Wegeunfälle)	Weiblich	749	646	582
	Männlich	322	315	317
	Gesamt	1.071	961	899
Durch Raubüberfälle betroffene Arbeitnehmer:innen	Gesamt	6	13	12
Tödliche Unfälle	Gesamt	0	0	0



Ausfalltage durch Unfälle (exklusive ADEG Kaufleute)

	2020	2021	2022
Weiblich	14.379	14.964	12.930
Männlich	5.392	5.764	4.992
Gesamt	19.771	20.728	17.922

Maßnahmen zur Förderung besonders gefährdeter Berufsgruppen GRI 403-3

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

Gesundheit gezielt fördern und Krankheiten vorbeugen

Um ein gesundheitsbewusstes Verhalten der Mitarbeiter:innen zu fördern, bietet die betriebliche Gesundheitsförderung der REWE Group in Österreich ein umfassendes Programm. Außerdem wurden auf der Mitarbeiter:innen-App verstärkt die Themen gesunde Ernährung, mentale Gesundheit, Bewegung und Fitness behandelt. Ein Folder zum Umgang mit Stress und ein Plakat mit Übungen für Bewegungspausen für die Märkte wurde überarbeitet. Dabei wurden Themen wie Schulstart, Angst und Corona besprochen und wie Mitarbeitende damit umgehen können.

Neben dem klassischen Angebot wie Massagen und ergonomischen Beratungen wurde 2020 eine Betriebsküchen-Befragung durchgeführt. Auf Basis der Rückmeldungen wurde der Speiseplan überarbeitet. Seit dem Frühjahr 2021 werden mehr vegetarische/vegane und frische Menüs ins Programm aufgenommen.

Zur Hilfe in Stresssituationen bietet die REWE Gruppe in Österreich ihren Mitarbeiter:innen ein Kontingent zum anonymen externen Coaching der Kooperationspartnerin „Mavie“ an.

Wiedereinstieg erleichtern: Eingliederungsmanagement

Die betriebliche Wiedereingliederungsteilzeit unterstützt Mitarbeiter:innen, die nach längerer Krankheit wieder in den Beruf einsteigen. Sie orientiert sich an den gesetzlichen Regelungen und berücksichtigt betriebliche Rahmenbedingungen, etwa den Standort. 2022 haben damit 128 Personen wieder die Arbeit aufgenommen.



Aus- & Weiterbildung

MANAGEMENTANSATZ

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

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

AUS- UND WEITERBILDUNG

GRI 404

Die REWE Group in Österreich bietet allen Mitarbeiter:innen und Führungskräften ein umfangreiches internes Aus- und Weiterbildungsangebot, das auf die Entwicklung sowohl persönlicher als auch fachlicher Kompetenzen ausgerichtet ist. Wir entwickeln Weiterbildungsangebote so, dass sie sowohl die Erfordernisse der Vertriebslinien und als auch Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen berücksichtigen. Der hohe Anteil interner Besetzungen von Führungspositionen (2022: 80,7 Prozent) soll gehalten werden.

Maßnahmen und Projekte in den Bereichen Ausbildung und Studium

Umfassendes Ausbildungsangebot für Lehrlinge

Die REWE Group in Österreich bietet Jugendlichen 25 verschiedene Lehrberufe an. Die Bandbreite reicht dabei von Einzelhandel über Lebensmitteltechniker:in oder Betriebslogistikkaufmann/-frau bis zu Metalltechnik, Maschinenbautechnik, Systemgastronomiefachmann/-frau oder Applikationsentwicklung.

Insgesamt beschäftigte die REWE Group in Österreich im Berichtszeitraum 2.200 Lehrlinge und stellte damit knapp 15 Prozent aller Lehrlinge im Handel.

Lehrlinge mit speziellen Lernkonzepten gezielt fördern

Im Rahmen der REWE Group Karriereschmiede wird Lehrlingen und Lehrlingsausbilder:innen seit 2008 eine konzernübergreifende Ausbildungsplattform geboten. Diese ergänzt die Lehrlingsausbildung der einzelnen Ausbildungsbetriebe um spezielle Veranstaltungen. Ein Beispiel dafür ist das jährliche Persönlichkeitsseminar.

Die REWE Group in Österreich setzt neben Präsenzveranstaltungen stark auf E-Learning. Oft werden Präsenz- und Online-Schulungen kombiniert. Ziel ist es, aus den Lehrlingen Fach- und Führungskräfte zu entwickeln. Die Ausbildung zur Führungskraft dauert zwei Jahre und steht nach erfolgreicher Lehrabschlussprüfung offen.

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

Traineeprogramme als Einstiegsmöglichkeiten für Hochschulabsolvent:innen

Die REWE International AG bietet jährlich Management-Traineeprogramme an. 2022 wurden dafür 17 Teilnehmer:innen aufgenommen. Die Dauer des Programms beträgt 15 Monate. Es setzt sich aus Filialzeit, Auslandsprojekt, Rotation, Projekt im Headquarter und Rotation in künftigen Schnittstellenbereichen zusammen. Neben dem Management-Traineeprogramm gibt es bei BILLA, BILLA PLUS und BIPA Programme für Vertriebstrainees. Zudem bietet die REWE Group in Österreich auch fachspezifische Traineeprogramme an.

Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe

GRI 404-2

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



Personalentwicklungsprogramme

Im Rahmen einer systematischen Personalentwicklung werden konzernweit zielgruppenspezifische Programme angeboten. Sie unterstützen die Mitarbeiter:innen im Vertrieb, in der Logistik und der Verwaltung, indem sie wichtige Kompetenzen vermitteln. Zudem werden sie auf weiterführende Aufgaben oder auf eine Rolle als Führungskraft im Markt, im Vertrieb oder der Zentrale vorbereitet.

Für das mittlere Management werden seit 2018 gruppenweit spezielle Trainings wie z.B. eine „Future Journey“ für Führungskräfte angeboten. Auch hier geht es darum, die Zielgruppe auf Anforderungen im Berufsleben wie Innovation und Leadership vorzubereiten und Netzwerke zu bilden.

Mit der „Management Akademie“ bietet die REWE Group in Österreich eine programmatische und individuelle Förderung der Potenzialträger von Manager:innen unterhalb der obersten Führungsebene. Ferner gibt es mit „Next You“ und dem „Management Circle“ zwei Weiterbildungsprogramme für erfahrene Führungskräfte.

Neue Führungskräfte absolvieren die „REWE International AG Führungskräfteakademie (RIAK)“ – ein umfassendes Ausbildungsprogramm zur Befähigung in der ersten Führungsrolle. Weibliche Führungskräfte erfahren im Programm „Women’s Drive“, wie Managerinnen sich in Netzwerken gegenseitig stärken können. Auch geht es darum, Kompetenzen zu erweitern und Karriereambitionen besser zu erkennen und zu verwirklichen.

Mitarbeiter:innen ohne Personalverantwortung mit Entwicklungspotenzial werden im Programm „Future ME“ auf die mögliche Übernahme einer Führungsposition vorbereitet. Für Fachexpert:innen besteht zudem die Möglichkeit, sich im Rahmen des „Expert Circle“ weitere fachliche und persönliche Kompetenzen anzueignen.

Alle Programme bieten auch eine Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit auf unterschiedlichen Ebenen an: Reflexion und Diskussion der eigenen Haltung einerseits und praktisches Tun im Rahmen von Exkursionen andererseits.

Weiterbildung

Unser Seminarangebot ist vielfältig. In allen Regionen und den unterschiedlichen Vertriebslinien werden regionale Seminare angeboten. Das Schulungsportfolio umfasst unternehmensweit rund 100 unterschiedliche E-Learning Module. Teilweise sind die Inhalte gesetzlich vorgeschrieben, wie zu Lebensmittel- oder Personalhygiene, Infektionsschutz und Arbeitssicherheit. Ferner beinhaltet es auch freiwillige Lernangebote wie die Karriere- und Nachfolgeplanung für Mitarbeiter:innen. Ziel der E-Learning-Schulungen ist die Vermittlung von praxisrelevantem Wissen, zum Teil spielerischem Charakter.

Die ansprechend und interaktiv aufbereiteten Schulungseinheiten dienen der Unterstützung und Weiterbildung der Mitarbeiter:innen über ein intuitives Lernformat. Einkäufer:innen werden regelmäßig in Nachhaltigkeitsthemen eingewiesen. Wir bieten Schulungen zu jenen Rohstoffen, zu denen die REWE Group in Österreich spezifische Leitlinien formuliert hat, etwa Fisch, Palmöl und Soja. Wir informieren, wie umweltschädliche Chemikalien und Verpackungen vermieden werden können. Alle neuen Mitarbeiter:innen aus den Zentralbereichen und alle Lehrlinge werden in regelmäßigen Abständen zu Nachhaltigkeitsthemen geschult. In unterschiedlichen Veranstaltungsformaten können sich auch Führungskräfte zu aktuellen Trends und Entwicklungen informieren.

Angestellte, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten GRI 404-3

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

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



Vielfalt & Chancengleichheit

MANAGEMENTANSATZ

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

Diversität und Chancengleichheit GRI 405

In der REWE Group in Österreich arbeiten Menschen aus über 115 Nationen friedlich und respektvoll zusammen. Ohne die vielen Tausend Mitarbeiter:innen aus den unterschiedlichen Kulturkreisen könnte man die Geschäftstätigkeit nicht aufrechterhalten. Durch die gelebte Vielfalt im Unternehmen verbessert die REWE Group in Österreich ihre Anpassungsfähigkeit an Märkte. Das steigert unsere Chancen im Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte.

Im Rahmen ihres Personalmanagements wird deshalb darauf geachtet, eine vielfältige Belegschaftsstruktur zu fördern. Wir bieten Mitarbeiter:innen unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion, sexueller Identität, Herkunft oder Behinderung diskriminierungsfreie Arbeitsplätze. Wir achten darauf, allen Mitarbeiter:innen faire Chancen zu bieten. Die diskriminierungsfreie Personalpolitik ist in der Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group verankert.

Sie ist gleichzeitig wesentlicher Bestandteil des Verhaltenskodex, der für alle Mitarbeiter:innen und Führungskräfte gilt. Zudem hat die REWE Group in Österreich seit 2015 eine eigene Disability-Strategie erarbeitet. Die Vorgaben werden konsequent umgesetzt.

Maßnahmen und Projekte zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit

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

Inklusion von Menschen mit Behinderung

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

2020 wurde die bisherige Strategie evaluiert und neue Zielsetzungen und Maßnahmen bis 2025 erarbeitet. Wir wollen mehr Menschen mit Behinderung beschäftigen und digitale und bauliche Barrieren reduzieren. Zurzeit arbeiten über 849 Menschen mit Behinderung für die REWE Group in Österreich. In Zusammenarbeit mit verschiedenen Partner:innen wurden zahlreiche Initiativen gestartet. Hervorzuheben ist das Projekt „Haus Aktiv“, das Menschen mit Behinderung als Kassierer:innen qualifiziert. BILLA hat dazu bei einem externen Ausbilder einen kompletten Kassiarbeitsplatz eingerichtet. Die Schulungen sind realitätsnah.

Im Berichtszeitraum beschäftigte die REWE Group in Österreich 203 integrative Lehrlinge. Jugendliche erhalten so die Möglichkeit, durch eine längere Ausbildungszeit oder eingeschränkten Ausbildungsziele eine gute Ausbildung zu erhalten. Die Organisation TIW in Wien berät uns im Auswahlprozess.

Um die Integration am Arbeitsplatz zu unterstützen, arbeitet die REWE Group in Österreich mit zahlreichen Organisationen zusammen. Sie werden vom NEBA Betriebsservice koordiniert. Arbeitsassistent:innen oder Jobcoaches unterstützen und beraten Führungskräfte, Team-Kolleg:innen und Bewerber:innen in der Startphase und der laufenden Arbeit. Alle Mitarbeitende mit Behinderung im Unternehmen können sich an Behindertenvertrauenspersonen wenden.



Sowohl bei ihren regelmäßigen Sprechtagen als auch in akuten Situationen beraten sie bei Antragstellungen bei Behörden und Ämtern. Sie unterstützen bei der Wiedereingliederung am Arbeitsplatz nach längerer Krankheit oder bei allen weiteren rechtlichen Fragen. Zudem sind sie uns bei der Ausstattung von behindertengerechten Arbeitsplatzadaptierungen behilflich. Wir haben Arbeitsplätze mit kontraststarken Bildschirmen und Lesegeräten für sehbeeinträchtigte Filialemitarbeiter:innen ausgestattet.

Eine eigene Diversity & Inclusion Managerin koordiniert Anfragen zum Thema Behinderung. Sie berät Fachabteilungen und Handelsfirmen zur Förderung von weiteren Integrationsmaßnahmen. Sie ist mit NGOs, Fördergebern und Behörden in Kontakt. 2018 wurde die REWE Group in Österreich als erstes Unternehmen mit dem „Web Accessibility Certificate Austria“ ausgezeichnet. Diese Zertifizierung haben wir in der Folge wiederholt bestanden.

	2020	2021	2022
Behindertenquote nach Köpfen in Prozent	1,7	1,9	1,9

„Stille Stunde“ bei BILLA - Ruhige Einkaufsmöglichkeit für Menschen mit Autismus

Keine Musik & Durchsagen - BILLA führt in ausgewählten Pilotfilialen täglich die „Stille Stunde“ ein. Mit gezielten Maßnahmen werden Menschen mit Autismus unterstützt und inklusive Einkaufsmöglichkeiten geschaffen

Bei Autismus handelt es sich um eine neuronale Entwicklungsstörung, wesentliches Merkmal ist häufig eine hohe Lärm- und Lichtempfindlichkeit. Das Einkaufen in lauten, lichtintensiven und oft dichten Märkten gestaltet sich für Menschen aus dem Autismus-Spektrum dementsprechend schwierig. Um ein möglichst barrierefreies Einkaufen zu ermöglichen, startete BILLA die „Stille Stunde“.

Während der „Stillen Stunde“ wird im gesamten Markt auf Musik und Durchsagen verzichtet. Die Mitarbeiter:innen im Markt wurden für den Umgang mit Menschen mit Autismus speziell geschult und sind dementsprechend sensibilisiert. Assistenzhunde sind selbstverständlich in allen Märkten österreichweit willkommen.

Different together: LGBTIQ+ Dialoge und Awareness

Seit 2017 gibt es ein internes Netzwerk für Lesben, Schwule, bi-, trans-, und intersexuelle Mitarbeiter:innen namens „different together“ (di.to). Es setzt sich aktiv und informativ mit queer-Themen auseinander und fördert den Austausch von Erfahrungen unter Mitarbeiter:innen. Gemeinsam setzt das Netzwerk Ideen um, damit Vorurteile abgebaut werden.

Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten GRI 405-1

In der REWE Group in Österreich arbeiten Menschen aus über 115 Nationen miteinander. Der Anteil von Frauen in der gesamten Belegschaft lag 2022 wie in den Jahren davor bei rund 74 Prozent. Der Frauenanteil im Topmanagement liegt bei 14,3 Prozent, während 64,7 Prozent der Führungskräfte weiblich sind (2021: 64,1 Prozent).



Anteil Frauen im Top-Management (exklusive ADEG Kaufleute)

	2020	2021	2022
Anteil Frauen im Top-Management in Prozent	12,5	13,79	14,3

Anteil Frauen in Führungspositionen (exklusive ADEG Kaufleute)

	2020	2021	2022
Anteil Frauen in Führungspositionen in Prozent	65,4	64,1	64,7

Zusammensetzung der leitenden Kontrollorgane

	JAHR	KÖPFE	♀ FRAUEN %	♂ MÄNNER %
Vorstand REWE International AG	2020	4	0	100
	2021	4	0	100
	2022	4	0	100
Aufsichtsrat REWE International AG	2020	4	0	100
	2021	4	0	100
	2022	4	0	100

Gleichbehandlung



MANAGEMENTANSATZ

Diskriminierung bezeichnet die Benachteiligung von Personen oder Personengruppen aufgrund bestimmter Eigenschaften. Das Verbot der Diskriminierung ist als Menschenrecht definiert und bildet die Grundlage für ein respektvolles Miteinander. Die REWE Group in Österreich will alle Mitarbeiter:innen gleich behandeln und allen gleiche Chancen bieten.

Die Aktivitäten im Bereich Gleichbehandlung sind dem Handlungsfeld Vielfalt und Chancengleichheit zuzuordnen.

Nichtdiskriminierung

GRI 406

Die REWE Group in Österreich pflegt eine Unternehmenskultur, die von einem vertrauens- und respektvollen Umgang zwischen Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Geschäftspartner:innen geprägt ist. Dies ist in den Grundwerten des Unternehmens verankert. Zudem gilt für alle Mitarbeiter:innen und Geschäftspartner:innen die Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften. „Wir tolerieren keine Diskriminierungen in Beschäftigung und Beruf aus Gründen wie Geschlecht, Hautfarbe, Religion, ethnischer Herkunft, Alter, Nationalität, Familienstand, sexueller Orientierung, Behinderung, sozialer Herkunft oder politischer Anschauung“, heißt es darin. Dieses Prinzip gilt sowohl für die Einstellung neuer Mitarbeiter:innen, für Mitarbeitende in bestehenden Arbeitsverhältnissen als auch für Geschäftspartner:innen.

In allen Handelsfirmen gibt es Ansprechpersonen, an die sich die Mitarbeiter:innen im Falle einer Diskriminierung wenden können (Compliance, Betriebsrat, Behindertenvertrauenspersonen, LGBTI-Netzwerk „di.to“ u. a. – siehe auch Abschnitt 4.6 Vielfalt und Chancengleichheit). Ferner können die Mitarbeiter:innen auf die Führungskräfte und den Personalbereich zugehen. Jegliche Hinweise auf Diskriminierung werden konsequent verfolgt, die vertrauliche Behandlung wird dabei selbstverständlich gewährleistet. Mit Betroffenen wird persönlich gesprochen, der Betriebsrat wird eingebunden. Bei der REWE Group in Österreich stehen den Mitarbeiter:innen für diesen Zweck 13 geschulte Ansprechpartner:innen beratend zur Seite.

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

Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen

GRI 406-1

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

2022 wendeten sich 21 Mitarbeiter:innen aufgrund von sexueller Diskriminierung/Belästigung an den Betriebsrat. Bei 16 Fällen handelte es sich mutmaßlich um sexuelle Belästigung. Zwei Fälle kamen über die Gleichbehandlungsanwaltschaft zur Stellungnahme zur REWE Group. In der Hälfte der Fälle ging die sexuelle Belästigung von einer Führungskraft aus. In allen Fällen, in denen die Belästigung bestätigt werden konnte (14), wurden offizielle Verwarnungen ausgesprochen. Es gab eine fristlose Entlassung, fünf Versetzungen und vier einvernehmliche Lösungen des Dienstverhältnisses. Einmal wurde polizeiliche Anzeige erstattet.

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

Seit 2021/2022 ist ein verpflichtendes E-Learning für alle Führungskräfte zur Prävention sexueller Belästigung eingerichtet. Im Jahr 2022 haben 8.081 Führungskräfte das E-Learning absolviert.



Gesellschaftliches Engagement





Gesellschaftliches Engagement

STRATEGISCHER ANSATZ

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

Die REWE Group in Österreich engagiert sich unter anderem für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen. Damit wollen wir Chancenungleichheit überwinden. So unterstützt das Unternehmen sozial benachteiligte Jugendliche während der Schulzeit und beim Einstieg in das Berufsleben. Überdies engagiert sich die REWE Group in Österreich in Projekten, die Kinder und Jugendliche an eine gesunde Lebensweise mit viel Bewegung und ausgewogener Ernährung heranführen.

Die REWE Group in Österreich fördert bei Kindern und Erwachsenen das Bewusstsein für nachhaltigeren Konsum, eine ausgewogenere Ernährung und bindet sie in ihr Engagement für Artenvielfalt und Umweltschutz ein.

Über Aktionen in den Märkten erreicht das Unternehmen zahlreiche Kund:innen und sensibilisiert sie für einen nachhaltigeren Lebensstil. Hierbei wird auf unterschiedliche Formate gesetzt – von Mitmachaktionen über informative Aktionswochen bis hin zur Spendengenerierung über den Verkauf ausgewählter Produkte.

HANDLUNGSFELDER

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

ZIELE UND KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPI)

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

- Anteil langfristiger Projekte (Laufzeit über zwei Jahre): 100 Prozent
- Evaluierung der wichtigsten Projekte mit einem Mitteleinsatz von über 30.000 EUR: 100 Prozent

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Bei ihren Aktivitäten hat die Säule „Gesellschaftliches Engagement“ auch die globalen Ziele einer nachhaltigen Entwicklung im Blick. Dazu hat die REWE Group in Österreich im Berichtszeitraum wie erwähnt ihre Nachhaltigkeitsstrategie mit den Sustainable Development Goals (SDG) abgeglichen und die für sie relevanten SDG identifiziert und priorisiert. Im Ergebnis zählt das gesellschaftliche Engagement der REWE Group in Österreich auf die globalen Ziele einer nachhaltigeren Entwicklung ein. Beispiele sind ein verantwortungsvoller Konsum (SDG 12), hochwertige Bildung (SDG 4) und die Armutsbekämpfung (SDG 1). Im Rahmen dieser Analyse wurde von der REWE Group in Österreich und externen Stakeholdern der verantwortungsvolle Konsum (SDG 12) mit hoher Relevanz für das Unternehmen bewertet. Siehe auch Abschnitt 1.8 Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group in Österreich.

REPORTING

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

- Projekte und Förderungen
- Kinderschutz



Projekte und Förderungen

MANAGEMENTANSATZ

Als international agierendes Handelsunternehmen trägt die REWE Group in Österreich Verantwortung über das Kerngeschäft hinaus. Mithilfe von starken langfristigen Partnerschaften sowie engagierten Mitarbeiter:innen setzen wir viele Projekte und Maßnahmen um, die der Gesellschaft zugutekommen.

Im Rahmen der Säule „Gesellschaftliches Engagement“ wurden vier Handlungsfelder definiert, um zielgerichtete Maßnahmen zu entwickeln: bewusste Ernährung und Bewegung, Chancen für Kinder und Jugendliche, bewusster Umgang mit Lebensmitteln sowie Artenvielfalt und Umweltschutz. Mit den Projekten treiben wir diese Handlungsfelder voran.

INDIREKTE ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN

GRI 203

GRUNDSÄTZE

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

INFRASTRUKTURINVESTITIONEN UND GEFÖRDERTE DIENSTLEISTUNGEN

GRI 203-1

Die REWE Group in Österreich fördert Investitionen in Infrastruktur und Dienstleistungen an ihren Standorten sowie in Destinationen und Ländern, die dringend Unterstützung benötigen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf langfristigen Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen. Wir wollen den Zugang zu Bildung verbessern und unterstützen Bildungseinrichtungen. Im Folgenden werden ausgewählte Projekte aus dem Berichtszeitraum vorgestellt.

DIE DER TOURISTIK FOUNDATION

Die Der Touristik Foundation mit ihrem gemeinnützigen Verein DER Touristik Foundation bekennt sich die DER Touristik

als international agierender Reisekonzern zu ihrer sozialen Verantwortung gegenüber den Menschen und der Natur in den Reiseländern. Das Potenzial des Tourismus soll genutzt werden, um die Umwelt zu schützen und die wirtschaftliche Entwicklung in den gastgebenden Ländern zu fördern. Mit der DER Touristik Foundation bündelt die DER Touristik ihr gesellschaftliches Engagement über die Geschäftstätigkeit hinaus und stellt sicher, dass Förderprojekte wirksam und nachhaltig unterstützt werden. Die DER Touristik Foundation setzt sich dafür ein, die sozialen und wirtschaftlichen Lebensumstände der Menschen und die ökologischen Lebensräume in weniger entwickelten touristischen Regionen weltweit zu fördern und zu schützen. Bildungsmaßnahmen sollen Perspektiven schaffen und die Menschen vor Ort befähigen, Armut und Ungleichheit zu verringern, zu Wachstum und Wohlstand beizutragen und sich für den Erhalt von Natur und Tierwelt einzusetzen. So hat die DER Touristik Foundation seit 2014 den Bau und die Renovierung von mehr als 62 Schulen in 21 Ländern auf fünf Kontinenten vorangetrieben.

ERHEBLICHE INDIREKTE ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN

GRI 203-2

Mit über 2.500 Märkten in Österreich hat die REWE Group national über 46.000 Mitarbeiter:innen. Durch die Eröffnung neuer Märkte profitieren die Gemeinden von Infrastrukturinvestitionen, Steuern und Abgaben. Hinzu kommen soziale Aktionen der Mitarbeiter:innen, Marktmanager:innen und selbstständigen Kaufleute. Die REWE Group in Österreich setzt somit wichtige Impulse für die Entwicklung und Förderung der Regionen, in denen die Märkte ansässig sind. Darüber hinaus engagieren wir uns für Kinder und Jugendliche. Der Schwerpunkt liegt auf Themen, die mit unserer Geschäftstätigkeit verbunden sind.

LERNEN MACHT SCHULE

Lernen macht Schule tritt gegen die Tatsache an, dass Armut im Elternhaus massiv die Chancen auf Bildung einschränkt. 260 WU-Studierende und rund 150 Kinder aus sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen lernten im Studienjahr 2021/22 mit- und voneinander – so werden Bildung und Integration vorangetrieben. Neben den Lernbuddys fördern Musikbuddys unter der Anleitung der Caritas-Kulturinitiative „Brunnenpassage“ die persönliche und schulische Entwick-



lung von Kindern zwischen 7 und 12 Jahren durch die Auseinandersetzung mit Musik und Gesang. Seit 2010 finanziert die REWE Group in Österreich das Programm, bei dem sich WU-Studierende als „Bildungsvorbilder“ engagieren und betreuen nach einer mehrtägigen Vorbereitung einmal pro Woche Kinder und Jugendliche aus Einrichtungen der Caritas Wien. Neben schulischer Unterstützung stehen gemeinsame Freizeitgestaltung und der Aufbau nachhaltiger Beziehungen im Vordergrund. Der Zugang zu Bildung als Schlüssel für ein zufriedenes Leben soll unabhängig von Herkunft und Elternhaus gewährleistet werden. Ziel ist es, dass alle Teilnehmer:innen durch das gegenseitige Kennenlernen voneinander lernen und profitieren: Die Kinder durch das gemeinsame Lernen, die Studierenden durch die Übernahme von Verantwortung und beide Gruppen durch das Kennenlernen anderer Kulturen und Lebenswelten. Seit Herbst 2015 wird an der WU im Rahmen der Initiative „Lernen macht Schule“ zudem Deutschunterricht für Geflüchtete auf verschiedenen Niveaus angeboten. Ziel dabei ist es, insbesondere studieninteressierten Menschen den Einstieg ins reguläre WU-Studium zu erleichtern.

Seit 2010 haben sich über 1.500 Studierende engagiert und über 148.000 Stunden freiwillige Arbeit geleistet

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

Sportbuddy Programm: Sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche haben weniger oft Bezugspersonen, die ihnen vielfältige Bewegungsmöglichkeiten bieten und unterschiedliche Sportarten vermitteln können. Sie sind häufiger übergewichtig und können ihre motorischen Fähigkeiten weniger gut entwickeln. Egal ob Fußball, Tanzen oder Badminton – die Sportbuddys ermöglichen den Kindern und Jugendlichen einen niederschweligen Zugang zu vielfältigen Bewegungs- und Sportangeboten. Dabei stehen die Freude an der Bewegung

und das Stärken positiver Bewegungs-, Körper- und Beziehungserfahrungen im Zentrum der wöchentlichen Treffen. Die Kinder und Jugendlichen profitieren in ihrem Selbst- und Körperkonzept sowie in ihrer schulischen Entwicklung. Die Studierenden erweitern ihre pädagogischen Kompetenzen und fungieren als Rollenvorbilder.

Musikbuddy Programm: Mit „Lernen macht Schule“ setzt sich BILLA für Chancengleichheit und Bildung von Kindern, unabhängig von ihrer sozialen Herkunft ein. Im Musikbuddyprogramm werden Körper- und Selbstbewusstsein gestärkt und gefördert. Es ist faszinierend und schön zu beobachten, wie die Kinder durch die Beschäftigung mit Musik und das gemeinsame Erleben in der Gruppe gestärkt werden. Durch das Musizieren und den Austausch eröffnen sich neue Perspektiven und Zukunftsaussichten.

„AUFRUNDER BEWIRKEN WUNDER“

Kund:innen in den Handelsfirmen BILLA, PENNY und BIPA können mit einem kleinen Betrag Großes bewirken. An der Kassa kann mit den Worten „Aufrunden, bitte!“ die Kaufsumme auf den nächsten 10-Cent-Betrag aufgerundet werden. Seit 2013 wurde auf diese Weise über 1 Mio. EUR gesammelt. Im Berichtszeitraum kamen über 197.135 EUR an Spenden dazu. Das Projekt ist in Österreich einzigartig. Es läuft seit 2013 unter dem Namen „Aufrunder bewirken Wunder“ gemeinsam mit der Caritas.

Die gespendeten Beträge gehen an die Caritas. Sie weist die Spenden österreichischen Projekten zu. Auf diese Weise unterstützt BILLA die 36 Sozialberatungsstellen des Familienhilfefonds der Caritas. Dort finden Familien in dramatischen Situationen Hilfe. Ein anderer Nutznießer sind Lerncafés, in denen Kinder aus benachteiligten Verhältnissen die Chance auf mehr Bildung erhalten. BIPA fördert Mutter-Kind-Häuser, in denen Hilfe suchende Mütter und ihre Kinder Zuflucht finden. Und PENNY wiederum finanziert gemeinsam mit seinen Kund:innen einen Fonds für ältere Menschen, die finanzielle Unterstützung benötigen.

LEBENSMITTELSPENDEN

Bei Lebensmittelspenden kooperiert die REWE Group in Österreich seit Jahren mit karitativen Organisationen. Wo immer sich ein geeigneter Partner findet, spenden alle Handelsfirmen Lebensmittel und Güter des täglichen Bedarfs. Nahezu alle Standorte von BILLA, BILLA PLUS, PENNY, BIPA und ADEG sind solche Partnerschaften eingegangen. BILLA spendete 2022 Lebensmittel im Wert von 27 Mio. EUR an soziale Einrichtungen. Die Kosmetik- und Hygieneartikelspenden



von BIPA beliefen sich im Berichtszeitraum auf mehr als 1,13 Mio. EUR. Die REWE Group in Österreich ist Mitbegründerin der Aktionsplattform Lebensmittelhandel im Verband der österreichischen Tafeln – dem Zusammenschluss diverser karitativer Organisationen. Die Verteilung der Lebensmittel stellt hohe Anforderungen an soziale Organisationen: Sie benötigen (ehrenamtliche) Teams, die die Waren abholen und in die Einrichtungen bringen. Daher beschränkt sich unsere Unterstützung nicht nur auf Lebensmittelspenden, wir haben auch Prozesse angepasst. Wir bündeln unter anderem Warenspenden für die Wiener Tafel im Zentrallager. Dadurch muss die Wiener Tafel nur einen Ort anfahren. Das ist aber nur bei ausgewählten Produkten möglich. Im Verband der österreichischen Tafeln schaffen wir Synergien in der Logistik und Abholqualität. Das kommt allen Beteiligten zugute.

Im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung setzt die REWE Group in Österreich entlang der Wertschöpfungskette viele Maßnahmen: von Bewusstseinsbildung, Optimierung von Bestellprozessen, Weiterverarbeitung im Markt, eigenen Produktlinien sowie Kooperationen mit karitativen Einrichtungen und innovativen Start-Ups. Um Bewusstsein und Wertschätzung für die Qualität von Lebensmitteln zu schärfen und einen weiteren Schritt gegen die Wegwerfkultur zu setzen, gibt es bei BILLA, BILLA Plus, PENNY, ADEG und Sutterlüty in Österreich die Eigenmarke Wunderlinge. Unter der Marke wird bereits seit 2013 Obst und Gemüse angeboten, das trotz eigenwilligem Aussehen einwandfrei im Geschmack ist. Über 7.100 Tonnen Wunderlinge konnten im Jahr 2022 österreichweit vor der Verschwendung gerettet werden.

Des Weiteren bieten wir in allen BILLA und BILLA Plus Filialen unser Obst- und Gemüsesackerl an. Es handelt sich dabei um Ware, die keine Originalverpackung mehr hat, aus dessen Verpackungseinheit ein einzelnes Stück beschädigt ist oder welches trotz kleiner optischer Mängel völlig in Ordnung und einwandfrei genießbar ist. So erhalten Apfel, Banane, Paprika, Kartoffel und Co. eine zweite Chance und werden – je nach Verfügbarkeit – zu einem vergünstigten Fixpreis von 3 Euro pro 3-Kilo-Sackerl angeboten. Für eine effiziente Abwicklung der Anfragen um Sachspenden im Rahmen der Corona-Hilfe wurde eine standardisierte Clever-Hilfspalette mit den wichtigsten Lebensmittel- und Hygieneprodukten zur Grundversorgung zusammengestellt. Die Clever-Hilfspalette kam für Spenden an Einrichtungen wie der Volkshilfe und dem Rotes Kreuz zum Einsatz. Darüber hinaus arbeitet die REWE Group in Österreich mit Landwirt:innen, Tierheimen sowie Foodsharern zusammen. Kooperationen mit innovativen Start-ups wie z.B. „Unverschwendet“ stellen eine weitere wichtige Maßnah-

me im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung dar. Überschüssige Lebensmittel werden weiterverarbeitet und können so gerettet werden. Diesen derart veredelten Produkten – Marmeladen und Chutneys beispielsweise – bietet die REWE Group in Österreich Platz in den Regalen ausgewählter Filialen von BILLA und BILLA Plus.

UKRAINEHILFE

Von 10.03. bis 09.06.2022 konnte in allen BIPA und BILLA Filialen direkt an der Kassa für die ukrainische Bevölkerung gespendet werden. Die Spenden der „Herz für die Ukraine“ Aktion wurden 1:1 an Nachbar in Not weitergeleitet. Mit der Verdoppelung aller Spenden bis 19.04.2022 durch die Bundesregierung wurde eine Gesamtspendensumme von € 241.698,10 erzielt. Das Rote Kreuz erhielt € 36.291 durch eine PENNY Spendenaktion sowie € 21.536 durch die Mitarbeiter:innen Sammelaktion. Weiters wurden 45 Paletten an Hilfsgütern sowie € 15.000 REWE Gutscheine zur Verfügung gestellt.

FUNKEN WÄRME UND AKTION GLÜCKSKIND

Mehr als 200.000 Menschen können sich die hohen Heizkosten nicht leisten. Sie frieren im Winter. Ältere Menschen sind ebenso betroffen wie alleinerziehende Mütter und Väter oder Menschen, die von heute auf morgen ihre Arbeit verlieren. Die Aktion „Funken Wärme“ hilft Menschen in dieser Notsituation. 36 Sozialberatungsstellen der Caritas informieren und unterstützen rund um die Themen Energieberatung, Heizkostenzuschüsse und Reparatur von defekten Heizungen. Die „Aktion Glückskind“ und „Funken Wärme“ der Caritas werden seit 2007 jährlich von BILLA unterstützt. 2022 wurden dafür 150.000 Euro gespendet. Die Spende wird über die österreichweiten Sozialberatungsstellen der Caritas an besonders von Armut betroffenen Familien, etwa für dringend benötigte Schulmaterialien oder zur Überbrückung unerwarteter finanzieller Engpässe, ausgegeben.

WEISSER RING

Der WEISSE RING hilft Opfern von Straftaten mit professioneller Beratung und Betreuung, psychosozialer und juristischer Prozessbegleitung und in Notfällen auch durch materielle Unterstützung – rasch, kostenlos und unbürokratisch. Für die Unterstützungsleistungen bei Überfällen unter anderem auf BILLA Filialen wurden 10.000 Euro gespendet.



BIPA

Die Unterstützung von sozial benachteiligten Frauen und deren Kindern stehen im Fokus des gesellschaftlichen Engagements von BIPA. Seit 2009 unterstützt BIPA die Caritas Mutter-Kind-Häuser. In zwölf Häusern finden wohnungslose Mütter und ihre Kinder ein schützendes Dach über dem Kopf. Dort finden sie Unterstützung, um sich langfristig wieder eine gesicherte Zukunft aufbauen zu können. Hier werden sie auch mit Produkten des täglichen Bedarfs versorgt und können Beratungsangebote in Anspruch nehmen. Im November 2010 wurde mit finanzieller Hilfe von BIPA das neue Mutter-Kind-Haus Luise in Wien eröffnet. Die gespendeten Gelder von „Aufrunden, bitte!“ sowie die Einnahmen der Spendenpromotion aus der Kooperation mit Procter & Gamble kommen den Müttern und Kindern in den Häusern zusätzlich zugute.

Bereits seit 2017 arbeitet BIPA bei der Konfektionierung von Bonusboxen mit „Jugend am Werk“ zusammen. Man bekommt sie gegen 250 Ös in den Filialen. Gemeinsam ermöglichen wir mit diesem Projekt Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderung eine sinnvolle Arbeit. 2022 wurden so 110.000 Boxen konfektioniert. Für diese Tätigkeit waren ca. 65 Personen das ganze Jahr über im Einsatz.

Bei BIPA haben Frauen das Sagen: 98 Prozent der Belegschaft sind Frauen, 90 Prozent der Einkäufe in den Märkten erfolgt durch Frauen. Deshalb engagiert sich BIPA in der Brustkrebsvorsorge und -früherkennung. Die Eigenmarke bi good gibt es auch in einer PINK RIBBON limited Edition – sie soll zur Brustkrebsvorsorge ermuntern und gibt auf der Verpackung Anleitung zur Abtastung der Brust. Das soll Frauen zur Selbstkontrolle animieren, und zwar direkt dort, wo man sie problemlos anwenden kann – unter der Dusche. Ein Teil des Erlöses der PINK RIBBON limited Edition von bi good unterstützt die Österreichische Krebshilfe. Ausgewählte Produkte, die nicht mehr für den Verkauf einsetzbar, aber zur Verwendung weiterhin einwandfrei sind, werden flächendeckend in ganz Österreich an Sozialmärkte und Kooperationspartner wie Rotes Kreuz, Caritas, den österreichischen Tafeln und weiteren, kleineren karitativen Einrichtungen abgegeben. 2022 wurden Produkte im Verkaufswert von mehr als Euro 1,13 Mio. gespendet.

PENNY

PENNY unterstützt das Rote Kreuz. Bereits seit 2011 setzt PENNY ein klares Zeichen der Solidarität mit Menschen in Not und ruft gemeinsam mit dem Österreichischen Roten Kreuz zu einer jährlichen Spendenaktion für in Armut lebende

Familien mit schulpflichtigen Kindern in Österreich auf. PENNY Kund:innen erhalten bereits ab einer Spende von 1 Euro einen 10% Rabattgutschein auf den gesamten Einkauf in der Folgeweche. PENNY Kunden haben bereits 2 Millionen Euro gespendet. Dadurch konnten rund 4.000 Familien und 9.000 Kindern geholfen werden.

ADEG

Für die ADEG mit ihren selbständigen Kaufleuten sind die Themen soziales und gesellschaftliches Engagement, die Erhaltung der lokalen Nahversorgung sowie die Förderung von Österreichs Regionen ein besonderes Anliegen. Die Kaufleute sind stark in ihren Regionen verwurzelt. Sie verstehen die regionalen Besonderheiten, sind sozialer und wirtschaftlicher Treffpunkt und übernehmen damit Verantwortung für die Bewohner:innen der Region. Dies zeigt sich in der Projekt-Vielfalt, die die ADEG Kaufleute in ihren Heimatgemeinden fördern und unterstützen. Vom Pflanzen einer Schmetterlingswiese, über die Unterstützung von Vereinen, der Lebensmittel-Versorgung von Altersheimen oder das unkomplizierte Etablieren von Lieferservices für ältere Menschen bis hin zur Spenden-Sammlung für Kinder in Not und Kooperationen gegen Lebensmittelverschwendung.

Viele regionale Projekte wie die „genießBar“ zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung werden zum Beispiel von ADEG Kaufmann Michael Kulcsar in Unken betreut. Dabei spendet er regelmäßig Produkte, die nicht mehr verkauft werden dürfen, aber „genießBar“ sind. ADEG Kauffrau Renate Prax aus Sachsenburg unterstützt ihrerseits die Lebenshilfe in Kärnten durch die Bereitstellung von Verkaufsfläche für die in den Werkstätten gefertigten Produkte. ADEG Kauffrau Christine Neumair in Kaprun übernahm eine Bienenpatenschaft für 10 Bienenvölker. ADEG Kaufmann Hubmann aus Stainz gilt als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit und hat als einer der Ersten einen „Liquid Dispenser“ – ein Gerät zur Wiederbefüllung von Mehrweg-Gebinden - in seinem Markt. Der ADEG Markt des Steirers Gernot Piber wiederum etablierte sich als „Grünes Warenhaus am Land“. In Möderbrugg zeigt er zukunftsreife Lösungen für ein nachhaltiges Energiekonzept. Ein besonderes Anliegen ist ihm E-Mobilität, weshalb er am Parkplatz des Marktes sechs Ladestationen zur Verfügung stellt.

Kinderschutz



MANAGEMENTANSATZ

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

Mit den Aktivitäten im Handlungsfeld Chancen für Kinder und Jugendliche verfolgt die REWE Group in Österreich unter anderem das Ziel, den Schutz der Kinder zu gewährleisten.

LOKALE GEMEINSCHAFTEN

GRI 413

Als Teil der DER Touristik unterstützt die REWE Austria Touristik die Nachhaltigkeitsziele im Touristikbereich. Die DER Touristik vertritt eine sehr ambitionierte Kinderschutzpolitik. 2012 definierte sie Grundsätze, die Kinder des Urlaubslandes sowie Kinder von Gästen schützen und der Wahrung ihrer Rechte innerhalb der Tourismuswirtschaft dienen. Im Fokus liegt dabei die Prävention der sexuellen Ausbeutung von Kindern im Tourismus. Am 11. März 2016 unterzeichnete Sören Hartmann, Chief Executive Officer (CEO) der DER Touristik Group, im Rahmen der Tourismusmesse ITB in Berlin den Verhaltenskodex „The Code“ zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung. Dieser basiert auf der UN-Menschenrechtserklärung und der UN-Konvention über die Rechte des Kindes. Für seine Umsetzung ist ECPAT Deutschland e. V. verantwortlich, die der DER Touristik als kompetenter Partner zur Seite steht. Mit der Unterzeichnung bekennt sich die DER Touristik zu dem Kodex und verpflichtet sich zur Einhaltung folgender Aspekte, die bereits aktiv und vollständig umgesetzt werden:

- Einführung einer Richtlinie und von Maßnahmen gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern
- Durchführung von Mitarbeiter:innenschulungen über die Rechte von Kindern, die Prävention sexueller Ausbeutung sowie das Melden von Verdachtsfällen
- Vermerk einer Klausel in den Hotelverträgen, dass die sexuelle Ausbeutung von Kindern durchweg abgelehnt und in keinem Falle toleriert wird
- Bereitstellen von Informationen für Reisende über die Rechte von Kindern, über die Prävention sexueller Ausbeutung

sowie über Möglichkeiten, sich durch die Meldung von Verdachtsfällen aktiv am Kinderschutz zu beteiligen

- Unterstützung von und Zusammenarbeit mit Stakeholdern im Kampf gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern
- Mitarbeit in der Arbeitsgruppe Kinderschutz im DRV
- Jährlicher Report über die Umsetzung von „The Code“

UMSETZUNG

Die Kinderschutzpolitik der DER Touristik wird an allen Destinationen deutlich kommuniziert. Sie ist zudem ein zentraler Themenschwerpunkt innerhalb eines Schulungskonzepts. Dieses sensibilisiert Hotelmitarbeiter:innen und Reiseleiter:innen in den Zielgebieten sowie Mitarbeiter:innen an den Zentralstandorten, in den Zielgebietsagenturen und bei wichtigen Partnern für das Thema. Zudem wird erklärt, wie mit Verdachtsfällen umzugehen ist. 2021 wurde erstmals ein digitales Format für Live-Schulungen in Form von interaktiven Webinaren umgesetzt. Ebenfalls wurden in verschiedenen der bereits ausführlich geschulten Hotels Auffrischkurse im Rahmen allgemeiner Schulungsmaßnahmen umgesetzt.

Zudem nahmen Mitarbeiter:innen an Online-Schulungen der DER Touristik, durchgeführt von ECPAT, teil. Im Rahmen ihres Informations- und Präventionskonzepts engagiert sich die DER Touristik mit weiteren Sensibilisierungsmaßnahmen.

So werden beispielsweise Reisende aktiv über den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Urlaub informiert. Im Mittelpunkt steht dabei die Meldeplattform „nicht-wegsehen.net“, die von ECPAT Deutschland betrieben wird und über die Urlauber:innen Verdachtsfälle und Straftaten melden können. Des Weiteren beteiligt sich die DER Touristik an der Gestaltung regelmäßig stattfindender Destinationsworkshops, die vom Deutschen Reiseverband und ECPAT organisiert werden. Teilnehmer:innen sind verschiedene Stakeholder der Dienstleister:innen vor Ort, mit denen die DER Touristik unter anderem auch in Kinderschutz-Gremien auf multilateraler Ebene zusammenarbeitet.

Diese werden im Rahmen der Workshops über sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus informiert, entsprechend sensibilisiert und im Hinblick auf den Umgang mit Verdachtsmomenten und Möglichkeiten zur Prävention geschult.



GESCHÄFTSTÄTIGKEITEN MIT ERHEBLICHEN TATSÄCHLICHEN ODER POTENZIELLEN NEGATIVEN AUSWIRKUNGEN AUF LOKALE GEMEINSCHAFTEN

GRI 413-2

2021 führte die DER Touristik eine Risikoanalyse durch, um Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wie die Rechte von Kindern innerhalb der touristischen Wertschöpfungskette und bei ihren Partner:innen durch verschiedene Aktivitäten berührt werden. Diese zeigte zum einen, dass relevante Risiken in diesen Wertschöpfungsketten gut identifiziert werden können. Zum anderen konnte abgeleitet werden, dass Produkte und Aktivitäten des gemeindebasierten Tourismus oder Besuche bei sozialen Projekten eine Spezifizierung der bisherigen Regelungen erfordern.

Hierzu sollen Maßnahmen und Anforderungen formuliert werden, um existierende Strategien zum Kinderschutz über die Prävention der sexuellen Ausbeutung hinaus zu komplementieren und in einen weiter gefassten Ansatz zu überführen. Somit sollen unterschiedliche, mit touristischen Aktivitäten verbundene Risiken minimiert und dabei der Nutzen für Gemeinschaften über die Teilhabe an der touristischen Wertschöpfung maximiert werden. Es ist zudem geplant, die Kinderschutzpolitik der DER Touristik durch eine umfangliche Richtlinie zu ergänzen. Basierend auf den Kinderschutz-Grundsätzen der DER Touristik soll die Richtlinie Anforderungen für unterschiedliche Aktivitäten spezifizieren und die Zielgruppen erweitern.

Des Weiteren soll sie für interne und externe Stakeholder umfassende Informationen bereitstellen und über Projekte, Kampagnen und Branchendialog Veränderungen bewirken. Im Vordergrund stehen dabei die Reduzierung von Risiken und die Stärkung der Rechte von Kindern und Familien. Die Erweiterung der Strategie zum Kinderschutz steht auch im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie und der damit gestiegenen Vulnerabilität von Kindern weltweit.

Impressum

Herausgeber: REWE International AG
Industriezentrum NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16
A-2355 Wiener Neudorf, Tel.: +43 (0) 2236/600-0
E-Mail: nachhaltigkeit@rewe-group.at
Homepage: www.rewe-group.at
Gestaltung: Marian Inhouse-Agentur der REWE Group
Copyright Hinweise: ©BILLA AG/Lukas Lorenz; ©MAXFIVE;
©Free Image by Scott Graham/Unsplash;