



**Auszug aus dem Nachhaltigkeitsbericht  
der REWE International AG 2015/16**



# Nachhaltigkeit ist uns wichtig

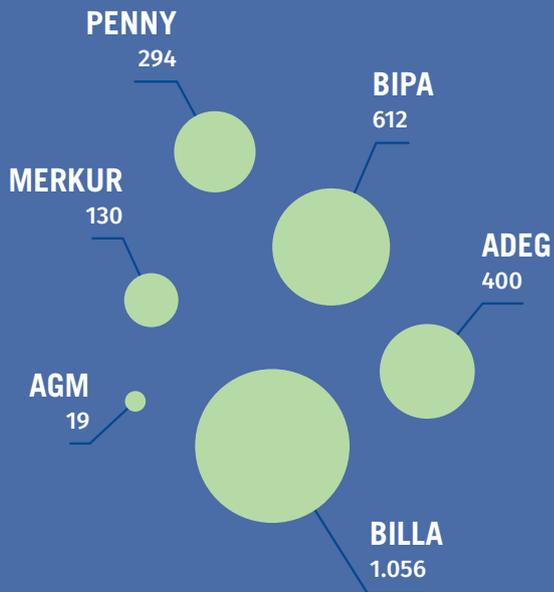


Wir von der REWE International AG beschäftigen uns schon lange mit den Themen Nachhaltigkeit und nachhaltiges Wirtschaften. Aber: bringt das überhaupt was? Wir sagen ja! Und wollen, dass uns jeder dabei über die Schulter schauen und sich daran beteiligen kann. Wir haben bereits viel erreicht, aber wir wollen noch mehr! Mit unseren Kundinnen und Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Kooperationspartnern stützen wir uns dabei auf 4 Säulen: „Grüne Produkte“, „Energie, Umwelt & Klima“, „Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ und „Gesellschaftliches Engagement“, alle vier in unserer Unternehmensstrategie fest verankert. Wir zeigen Ihnen, woran wir gerade arbeiten und was wir noch vorhaben. Sie werden sehen – wir haben viel geschafft.

## **Ihr Vorstand der REWE International AG**

Ausführliche Informationen finden Sie in unserem Nachhaltigkeitsbericht online unter: [www.gemeinsam-nachhaltig.at](http://www.gemeinsam-nachhaltig.at)

# Filialanzahl der REWE International AG in Österreich 2016

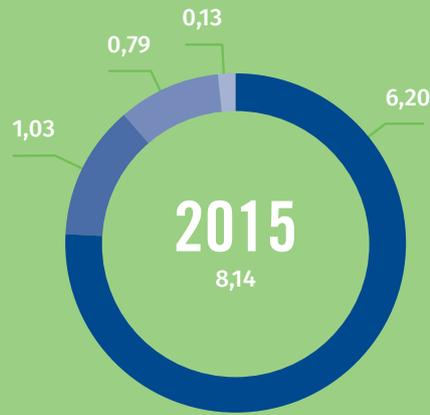


Erfolgreiches Wirtschaften hat nicht nur mit finanziellen Kennzahlen zu tun, sondern auch mit einem verantwortungsvollen Umgang mit gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen. Dass es dafür eine breite Basis aus engagierten MitarbeiterInnen, KundInnen und Partnerorganisationen braucht, drückt sich u. a. in unserem Nachhaltigkeitsmotto „Gemeinsam nachhaltig“ aus.

Die REWE International AG ist Marktführer im Lebensmittel- und Drogeriefachhandel und einer der größten Arbeitgeber Österreichs. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Wiener Neudorf ist Teil der deutschen REWE Group. Über die Handelsfirmen BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG werden rund 60 Eigenmarken vertrieben, wie „Ja! Natürlich“, „clever“, „bi good“, „Hofstädter“ und viele mehr.

# Bruttoumsatz nach Geschäftsfeldern

LEH (BILLA, MERKUR, PENNY, ADEG)   Großhandel   DFH (BIPA)   Touristik



in Österreich in Mrd. Euro



# Grüne Produkte

## Qualität & Transparenz

Nicht nur der Preis ist wichtig, wenn es um die Kaufentscheidung geht. Wer kauft, will auch Qualität. Und das bedeutet heute auch: Wie nachhaltig wurde es hergestellt? Versorgungssicherheit bei Grundnahrungsmitteln zu leistbaren Preisen gehört zu den zentralen Aufgaben des Lebensmitteleinzelhandels. Gleichzeitig verändern sich die Erwartungen des Kunden. Herkunft und Herstellung der Produkte, faire Arbeitsbedingungen, schonender Umgang mit Ressourcen, achtsamer Umgang mit Tieren und partnerschaftliche Beziehungen zu Lieferanten werden den KundInnen wichtiger. Hand in Hand mit den steigenden Ansprüchen geht die Entwicklung nachhaltiger Sortimente – vor allem, was Qualität und Transparenz betrifft. Hand in Hand mit den sich ändernden Ansprüchen geht die Entwicklung nachhaltiger Sortimente – vor allem, was Qualität und Transparenz betrifft.

**7.824**

Anzahl der Produkt-  
untersuchungen 2016



## Biologische Produkte

Bio ist der bedeutendste Standard für ökologische Nachhaltigkeit von Lebensmitteln. Mit der Einführung der Bio-Marke „Ja! Natürlich“ 1994 war die REWE International AG Vorreiter in Österreich. Mittlerweile sind 1.100 „Ja! Natürlich“ Produkte in über 2.000 Geschäften erhältlich. Seit 2015 werden auch über 400 „Alnaturala“ Produkte angeboten. Auch weiterhin verfolgen wir das strategische Ziel für die kommenden Jahre des überproportionalen Wachstums des Bio-Sortiments im Vergleich zu konventionellen Artikeln.



## Nachhaltiges Sortiment

Nachhaltige Produkte zeichnen sich durch höhere Standards aus. Labels und Gütesiegel sind wichtige Orientierungshilfen. Die REWE International AG bietet daher ein breites Sortiment an nachhaltigeren Produkten mit Fairtrade, MSC, UTZ o.ä. Labels an. Die Eigenmarke „Vegavita“ zeichnet reine vegane Produkte aus. Mit PRO PLANET werden konventionell hergestellte Produkte gekennzeichnet, die neben hoher Qualität auch positive ökologische oder soziale Anforderungen erfüllen. Für ein besseres Tierwohl werden jährlich unter PRO PLANET für die Marke Hofstädter und ADEG Masthühner mit mehr Platz und besserem Futter aufgezogen. Mit den „Wunderlingen“ wird ein klares Zeichen gegen die Wegwerfkultur gesetzt. Seit 2013 findet man optisch nicht einwandfreies Obst und Gemüse in den Märkten.

## Blühendes Österreich

Damit die Natur ausreichend Platz zum Blühen und gedeihen hat, hat die REWE International AG 2014 die Initiative „Blühendes Österreich“ gegründet. In kurzer Zeit hat sie sich zur größten privatwirtschaftlichen Nachhaltigkeitsinitiative für Natur- und Biodiversitätsschutz in Österreich entwickelt. 1 Cent pro verkauftem Produkt der Regionalmarken „Da komm' ich her“ und „Ich bin Österreich“, sowie der Marken „bi good“ und „MERKUR Immer grün“ gehen in eine Naturschutzstiftung. Bis 2025 sollen 1.000 Hektar an wertvollen Naturflächen geschützt werden, wo seltene Tiere und Pflanzen leben. Wir wollen aber noch mehr: Nämlich Menschen für einen nachhaltigeren Lebensstil begeistern. Wir sind überzeugt: Jeder kleine Beitrag zählt.



# Blühendes ÖSTERREICH





# Energie, Klima & Umwelt

## **Mehr & weniger**

Wenn es um nachhaltigen Umgang mit Energie, Klima und Umwelt geht, gibt es eine wesentliche Vorgabe: Weniger Ressourcen und Emissionen, mehr Effizienz. Als Gründungsmitglied des klimaaktiv pakt2020 hat sich die REWE International AG 2012 dazu verpflichtet, die österreichischen Klimaziele im Rahmen der EU-Vorgaben mitzutragen und bis zum Jahr 2020 Mindestziele zu erfüllen bzw. zu übertreffen. Die Fortschritte werden jedes Jahr durch die österreichische Energieagentur und das Umweltbundesamt geprüft. Viel wurde bereits geschafft, unter anderem durch über 1.000 energieeffiziente Filialen. So konnten seit 2006 die spezifischen Treibhausgasemissionen um 41 Prozent reduziert werden.

# Treibhausgasemissionen der REWE International AG in Österreich

■ 2014 ■ 2015 ■ 2016

290.057	212
297.996	220
306.291	227

Absolute  
Treibhausgasemissionen in  
Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente

Spezifische Treibhaus-  
gasemissionen in kg  
CO<sub>2</sub>-Äquivalente pro m<sup>2</sup>



## Grünstrom

Der gesamte Strom für Märkte, Lager und Zentralbauten der REWE International AG ist seit 2008 Grünstrom und stammt aus heimischer Wasserkraft, Windkraft und Sonnenenergie. Ende 2016 verfügte die REWE International AG über 32 Photovoltaikanlagen auf mehreren Filial- und Lagerdächern, mit einer Gesamtleistung von rund 1.700 kWp, die rund eine Million kWh Strom jährlich erzeugen.

# Logistik

Neben den Standorten ist der Fuhrpark ein wesentlicher Faktor, wenn es darum geht, Emissionen zu verringern: Von den gesamten Treibhausgasemissionen der REWE International AG entfallen 15 Prozent auf die Logistik. Der Eigenfuhrpark umfasst 345 Fahrzeuge. In den vergangenen zwei Jahren wurden 77 LKW nach der zurzeit höchsten EU-Abgasnorm (EURO 6) angeschafft. Seit 2011 werden drei Elektro-Hybrid-LKW getestet, 2013 sind 3 Biogas-LKW dazugekommen.



## Energieverbrauch der REWE International AG in Österreich

■ 2014 ■ 2015 ■ 2016

1.062.771.071

777

1.061.353.605

783

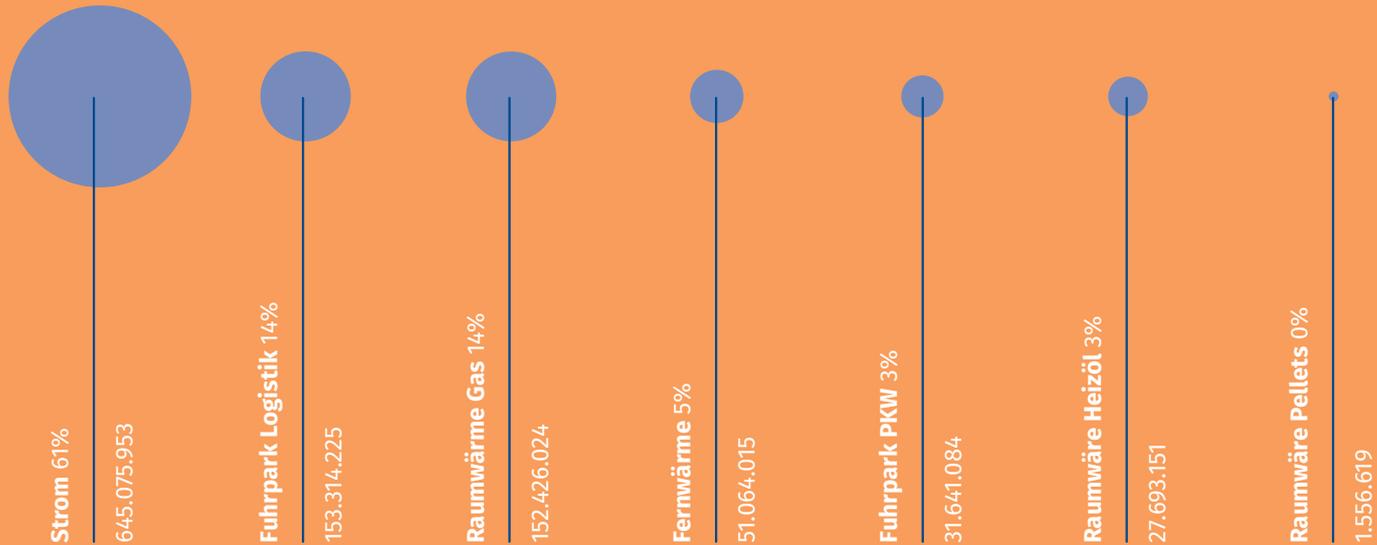
1.039.381.285

771

Absoluter Energieverbrauch in kWh  
(inkl. Läger und Logistik)

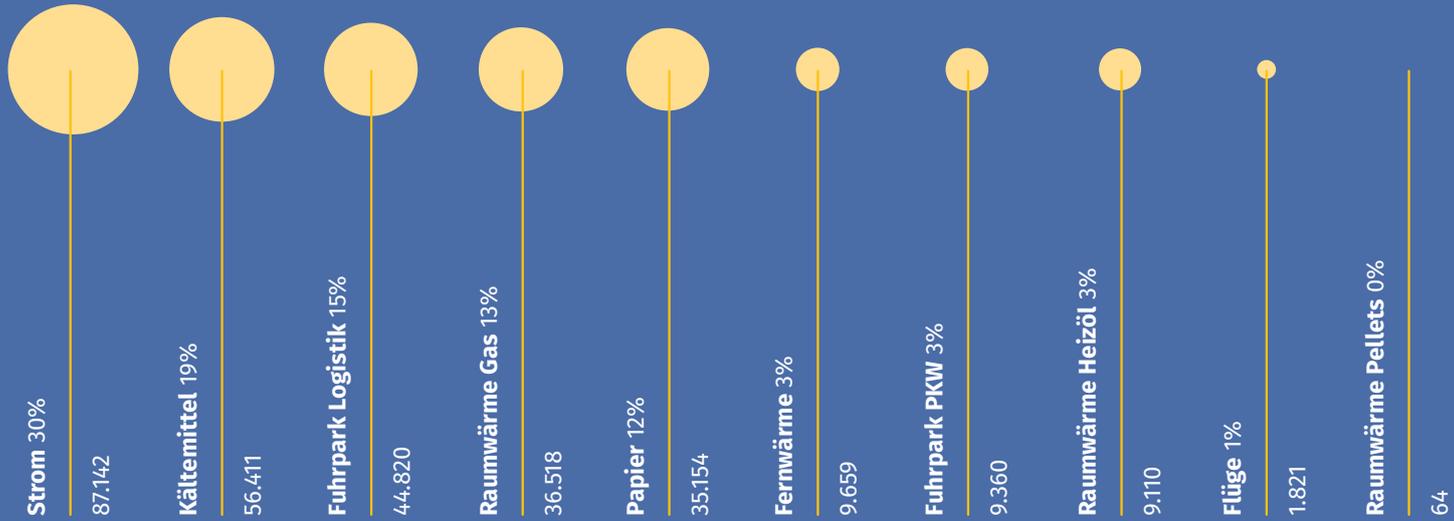
Spezifischer  
Energieverbrauch  
in kWh pro m<sup>2</sup>  
Verkaufsfläche

# Absoluter Energieverbrauch der REWE International AG in Österreich 2016



in kWh, aufgeteilt nach Bereichen

# CO<sub>2</sub>-Äquivalent-Emissionen der REWE International AG in Österreich 2016



aufgeteilt nach Bereichen





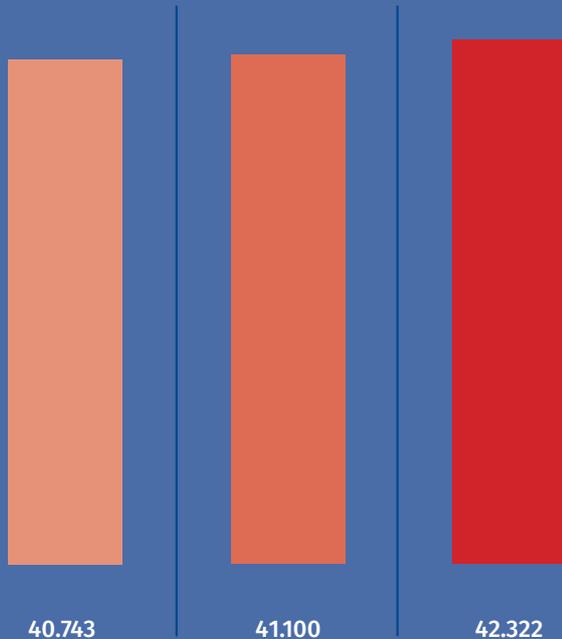
# Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter

## **Personalentwicklung**

Die REWE International AG ist einer der größten Arbeitgeber Österreichs und beschäftigt über 42.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 80 Nationen. Sie sind der Schlüssel zum Unternehmenserfolg: Menschen mit unterschiedlichen Begabungen und kulturellen Hintergründen bereichern das Unternehmen genauso wie Menschen mit Behinderungen, die täglich wertvolle Arbeit leisten. 1.700 Jugendliche absolvieren gerade ihre Ausbildung in einem der 17 Lehrberufe der REWE International AG. Nach der Lehre haben sie beste Berufs- und Karrierechancen – bis hin zur Führungskraft!

# MitarbeiterInnen der REWE International AG in Österreich

2014 2015 2016



## Vereinbarkeit Beruf und Familie

Seit 2010 beteiligt sich die REWE International AG am Audit berufundfamilie. Mit dieser Initiative fördert das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend eine familienbewusste Unternehmenspolitik. Im Zentrum stehen Arbeitszeiten, Förderungen und Einrichtung von Services für Familien und Unterstützung bei Elternschaft, Karenz und Wiedereinstieg ins Berufsleben.

# Firmenzugehörigkeit bei der REWE International AG in Österreich

■ 2014 ■ 2015 ■ 2016

8,0 8,3 8,4

exklusive ADEG

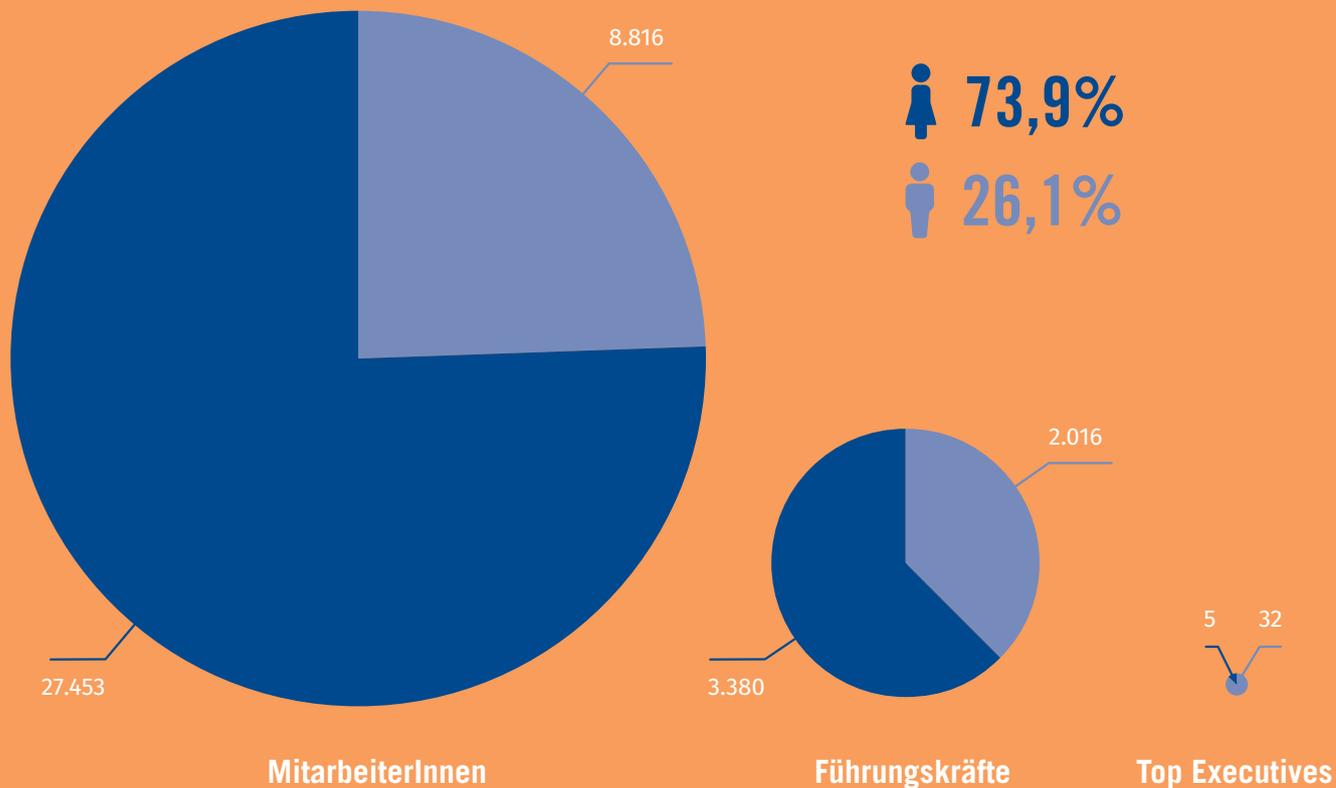
# Interne Besetzung von Führungspositionen

■ 2014 ■ 2015 ■ 2016

82,9% 81,8% 80,4%

durchschnittlich in Jahren

# Geschlechterverteilung bei der REWE International AG in Österreich 2016





## Betriebliche Gesundheitsförderung

Für die MitarbeiterInnen hat Gesundheit einen hohen Stellenwert. Die betriebliche Gesundheitsförderung der REWE International AG berücksichtigt dies und deckt alle Bereiche der Gesundheit ab: Körper, Soziales, Geist und Wohlbefinden. Sowohl im Filialbereich als auch in den Zentralen der Handelsunternehmen gibt es ein Programm für alle MitarbeiterInnen, das individuelle Fitness-Einheiten, Beratungen zu Ergonomie am Arbeitsplatz sowie Vorträge zur Stärkung des Gesundheitsbewusstseins beinhaltet. Im Filialbereich werden Vorsorge- und Gesundenuntersuchungen durch bezahlte Freistellung für die Zeit der Untersuchung unterstützt. Auch Schulungen zum richtigen Heben und Tragen sowie ergonomische Gesundheitsschuhe werden angeboten.

## Diversity Management

Zu einem nachhaltigen Umgang mit MitarbeiterInnen gehört auch, Chancengleichheit im Berufsleben für alle Bevölkerungsgruppen herzustellen. Ein Schwerpunkt liegt auf der Umsetzung der 2014 entwickelten Disability-Strategie. Diese beinhaltet folgende Ziele bis 2019:

- Verdoppelung der Anzahl der MitarbeiterInnen mit Behinderung
- Errichtung einer barrierefreien Pilotfiliale
- Barrierefreie Webseiten
- Sensibilisierung von MitarbeiterInnen und Führungskräften

Hierfür wurde die Position einer Disability Managerin geschaffen, die die Umsetzung der Maßnahmen und Ziele der unternehmensweiten Strategie vorantreibt.







# Gesellschaftliches Engagement

## **Menschlichkeit & Verantwortung**

Wir engagieren uns für die Gesellschaft mit langfristigen Kooperationen und großem Einsatz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Handelsfirmen BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG unterstützen dabei eine Vielzahl an Organisationen und Projekten, etwa zur Förderung gesunder Ernährung oder der Bildung und Entwicklung von Kindern und Jugendlichen.

# Menschlichkeit & Verantwortung

Wir engagieren uns für die Gesellschaft mit langfristigen Kooperationen und großem Einsatz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Handelsfirmen BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA und ADEG unterstützen dabei eine Vielzahl an Organisationen und Projekten, etwa zur Förderung gesunder Ernährung oder der Bildung und Entwicklung von Kindern und Jugendlichen.



## Aufrunden, bitte!

Seit 2013 kann jede Kundin und jeder Kunde bei der Kassa von BILLA, MERKUR, PENNY und BIPA helfen. Wer „Aufrunden, bitte!“ sagt, bezahlt den nächsthöheren 10-Cent-Betrag und spendet die Differenz der Caritas, die diese Beträge unterschiedlichen Projekten zuweist. Über 720.000 Euro sind dadurch schon zusammengekommen.



# Unterstützung gemeinnütziger Organisationen

Jede Handelsfirma unterstützt darüber hinaus gemeinnützige Projekte. BILLA spendet jährlich 200.000 Euro an die Aktion Glückskind und hilft damit bei der Einrichtung von Mutter-Kind-Häusern oder Sozialberatungsstellen. MERKUR unterstützt seit 2001 die CliniClowns und schenkt schwer kranken Kindern und Erwachsenen ein Lächeln. Benachteiligte Frauen und deren Kinder stehen im Fokus des gesellschaftlichen Engagements von BIPA – nicht nur mit Geldspenden, sondern auch mit Hygiene- und Pflegeprodukten, die dringend in den Caritas Mutter-Kind-Häusern gebraucht werden. ADEG unterstützt tatkräftig – beispielsweise mit dem Rote-Nasen-Lauf – die Roten Nasen, die Menschen Kraft und Mut ans Krankenbett bringen. Der PENNY Familien-Hilfsfonds des Österreichischen Roten Kreuzes hilft in Not geratenen Familien mit schulpflichtigen Kindern.



240

betreute Kinder  
durch 900  
Lernbuddys



**LERNEN  
MACHT SCHULE**

## Lernen macht Schule

Das Projekt „Lernen macht Schule“ tritt gegen die Tatsache an, dass Armut im Elternhaus die Chancen auf Bildung massiv einschränkt. Gemeinsam mit der Caritas Wien und der WU Wien hilft die REWE International AG Kindern und Jugendlichen. Ehrenamtliche Lernbuddys – Studierende der WU – unterstützen Schulkinder aus sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen beim Lernen. Denn Bildung ist der Schlüssel zu Chancengleichheit und einem friedlichen Zusammenleben. Das Musikbuddy-Programm ist ein ergänzendes künstlerisches Angebot – Musik verbindet über Sprachen, Kulturen und Altersgrenzen hinweg.



100

Kooperationspartner  
für die Weitergabe  
von Lebensmitteln

WIR  
RETTEN  
LEBENS-  
MITTEL

LEBENSMITTEL  
SIND KOSTBAR!

**WIENER  
TAFEL**



## Lebensmittelspenden

Ein Anliegen der REWE International AG ist auch die Reduktion von Lebensmittelverschwendung: In Zusammenarbeit mit Organisationen wie der Wiener Tafel oder Sozialmärkten wird mit den gespendeten Lebensmitteln täglich bedürftigen Menschen geholfen.







[www.gemeinsam-nachhaltig.at](http://www.gemeinsam-nachhaltig.at)



**Impressum**

Herausgeber: REWE International AG