

Ziele und KPIs auf einen Blick

Innerhalb der vier Nachhaltigkeitssäulen hat die REWE Group Kennzahlen sowie klare Ziele definiert. So können Fortschritte messbar gemacht und Maßnahmen gegebenenfalls angepasst werden. Die Wichtigsten sind im Folgenden dargestellt. Da die Rohstoffgewinnung und Verarbeitung der Produkte eine hohe Relevanz mit Blick auf Nachhaltigkeitskriterien haben, werden diese gesondert zusammengefasst.

Grüne Produkte

Thema	KPI/Ziele	Status 2022	Maßnahmen
Trainingsprogramm für bessere Arbeitsbedingungen	Vollständige Integration in ein Trainingsprogramm (Capacity Building) der strategisch relevanten Produktionsstätten bei den Eigenmarken von REWE und PENNY Deutschland sowie toom bis Ende 2030	↻	Siehe Abschnitt Soziale Aspekte in der Lieferkette
	Vollständige Integration in ein Trainingsprogramm (Capacity Building) der strategischen Lieferanten bei den Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland sowie toom Baumarkt bis Ende 2030	↻	
Beschwerdemechanismus	Verbesserung des Zugangs zu Beschwerdemechanismen in relevanten Lieferketten bei den Eigenmarken von REWE und PENNY Deutschland sowie toom bis Ende 2025	↻	
Tierwohl	Integration von mehr Tierwohl in tierischen Lieferketten bis 2030 bei den Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland	↻	Siehe Abschnitt Tierwohl
Umweltprogramm	Vollständige Integration der relevanten Food- und Non-Food-Lieferanten der RFE (REWE Far East) in ein Umweltprogramm bei den Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland sowie toom Baumarkt bis Ende 2030	✓	Siehe Abschnitte Ökologische Aspekte in der Lieferkette
Verpackungen	100 % umweltfreundlichere Eigenmarkenverpackungen bis Ende 2030 ¹	↻	Siehe Abschnitt Verpackungen
Treibhausgasemissionen in der Lieferkette	Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen um 15 % in den Lieferketten der Eigenmarkenartikel bei REWE und PENNY Deutschland bis Ende 2030 (gegenüber 2019)	↻	Siehe Abschnitt Klimaschutz in der Lieferkette
Ernährung	Steigerung der Artikelanzahl ² , die mit dem Nutri-Score gekennzeichnet sind, bei REWE und PENNY in Deutschland auf 80 % bis Mitte 2022 und 100 % bis Mitte 2023	↻	Siehe Abschnitt Ernährung

↻ In Umsetzung ✓ Ziel erreicht – Liegt nicht vor ✗ Ziel nicht erreicht

¹ Dieses Ziel gilt für die REWE Group in Deutschland (REWE, PENNY, toom Baumarkt) und seit 2019 auch für die internationalen Vertriebslinien (BILLA, BILLA PLUS, PENNY und ADEG). Die Erhebung des Zielerreichungsgrades für REWE und PENNY in Deutschland erfolgt durch den Bereich Nachhaltigkeit Ware.

² Nicht relevant sind nicht kennzeichnungspflichtige Eigenmarkenartikel.

Energie, Klima und Umwelt

Thema	KPI/Ziele	Status 2022	Maßnahmen
-------	-----------	-------------	-----------

¹ Die Berechnung der Emissionsintensität umfasst direkte, indirekte energiebezogene und weitere indirekte Emissionen (Scope 1, 2 und 3). Für weitere Informationen siehe auch Abschnitt Klimaschutz auf Unternehmensebene.

² Nicht berücksichtigt wurden Einheiten, die aus der REWE Group ausgeschieden sind.

³ Nicht berücksichtigt wurde bei der Erfassung der Abfallanfall der Einheiten, die im Berichtszeitraum bezogen auf den Geltungsbereich aus der REWE Group ausgeschieden sind.

Thema	KPI/Ziele	Status 2022	Maßnahmen
Treibhausgasemissionen auf Unternehmensebene	Reduktion der absoluten Treibhausgasemissionen für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group um 30 % bis 2030 (gegenüber 2019)	-11,6%	Siehe Abschnitt Klimaschutz auf Unternehmensebene
	Klimaneutralität für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group bis 2040		
	Treibhausgasemissionen insgesamt für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group inkl. der Kaufleute (Scope 1 bis 3) in Tonnen CO ₂ -Äquivalenten	1.308.758	
	Reduktion der kältemittelbedingten Treibhausgasemissionen für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group um 60 % bis 2030 (gegenüber 2019)	-30,3%	
Stromverbrauch	Reduktion des Stromverbrauchs je Quadratmeter Verkaufsfläche um 10 % bis 2030 (gegenüber 2019) für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group inkl. der Kaufleute	-6,7%	Siehe Abschnitt Energie
Wärme (fossile Brennstoffe inkl. Fernwärme)	Reduktion des Verbrauchs fossiler Brennstoffe inkl. Fernwärme um 20 % bis 2030 (gegenüber 2019) für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group inkl. der Kaufleute	-8,0%	
Energieverbrauch	Energieverbrauch für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group inkl. der Kaufleute (in GWh) ²	6.901	
Kraftstoffverbrauch und Treibhausgasemissionen ¹ der Logistik	Kraftstoffverbrauch (Lkw/Pkw) für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group inkl. der Kaufleute (in GWh) ²	1.714	Siehe Abschnitt Logistik und Mobilität
	Absolute Treibhausgasemissionen der Logistik inkl. externer Speditionslogistik für alle Länder und Gesellschaften der REWE Group inkl. der Kaufleute in Tonnen CO ₂ -Äquivalenten ²	445.394	
Nicht gefährliche Abfälle	Absolutes Aufkommen von nicht gefährlichen Abfällen für Unternehmen der REWE Group in Deutschland und Österreich ohne Kaufleute in Tonnen ³	825.106	Siehe Abschnitt Abfall
Zertifizierte Märkte nach DGNB e. V.	Fertiggestellte Märkte nach Anforderung der DGNB e. V. (Green Building) der REWE Group in Deutschland	371	Siehe Abschnitt Green Building

¹ Die Berechnung der Emissionsintensität umfasst direkte, indirekte energiebezogene und weitere indirekte Emissionen (Scope 1, 2 und 3). Für weitere Informationen siehe auch Abschnitt Klimaschutz auf Unternehmensebene.

² Nicht berücksichtigt wurden Einheiten, die aus der REWE Group ausgeschieden sind.

³ Nicht berücksichtigt wurde bei der Erfassung der Abfallanfall der Einheiten, die im Berichtszeitraum bezogen auf den Geltungsbereich aus der REWE Group ausgeschieden sind.

Mitarbeitende¹

Thema	KPI/Ziele	Status 2022	Maßnahmen
-------	-----------	-------------	-----------

Thema	KPI/Ziele	Status 2022	Maßnahmen
Ausbildungsquote	Erhalt der Ausbildungsquote von 5,4 % (Anteil Auszubildender an Gesamtbelegschaft in Full Time Equivalent) bis 2025	5,5 %	Siehe Abschnitt Aus- und Weiterbildung
Interne Besetzung	Erhöhung der internen Besetzung von Führungspositionen auf 80,0 % bis 2025	75,3 %	
Geschlechterverhältnis	Erreichung eines ausgewogenen Geschlechterverhältnisses in Führungspositionen bis 2025	45,5 % weiblich, 54,5 % männlich	Siehe Abschnitt Vielfalt und Chancengleichheit
Unfälle	Reduzierung der Unfälle pro 1.000 Full Time Equivalents auf 43,5 bis 2025	47,3	Siehe Abschnitt Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement
Behindertenquote	Erhalt der Behindertenquote nach Köpfen ² auf dem Niveau von mindestens 3,0 % bis 2025	3,0 %	Siehe Abschnitt Vielfalt und Chancengleichheit

¹ REWE Group in Deutschland und Österreich inkl. selbstständiger Kaufleute.

² Die Behindertenquote wird nach Köpfen berechnet und hat damit eine andere Berechnungsgrundlage als die Pflichtbeschäftigungsquote von schwerbehinderten Menschen nach § 154 SGB IX (Deutschland). Die Berechnung der Behindertenquote nach Köpfen wurde gewählt, um länderübergreifend (Deutschland und Österreich) eine einheitliche Kennzahl ermitteln zu können. Die Definition von Menschen mit Behinderung erfolgt gemäß Sozialgesetzbuch (SGB) § 2 (Deutschland) und Behinderteneinstellungsgesetz (BEinstG) (Österreich).

Gesellschaftliches Engagement

Thema	KPI/Ziele	Status 2022	Maßnahmen
Langfristige Projekte	Anteil langfristig angelegter Projekte (> zwei Jahre)	100 %	Siehe Abschnitt Managementansatz Gesellschaftliches Engagement
Ernährung und Bewegung	Anzahl erreichter Kinder und Jugendlicher	1.825.655	
Kinder und Jugendliche	Anzahl erreichter Kinder und Jugendlicher	107.980	
Bewusster Umgang mit Lebensmitteln	Spendensumme zur Unterstützung der Tafel Deutschland und Österreich	830.376€	
Artenvielfalt und Umweltschutz	Projektsumme im Berichtsjahr	6.759.719€	Siehe Abschnitte Managementansatz Gesellschaftliches Engagement und Biodiversität

Fokusrohstoffe und Produkte

Thema	KPI/Ziele	Status 2022	Maßnahmen
Banane/Ananas	100 % zertifizierte Bananen (Rainforest Alliance, Fairtrade, Bio) und Ananas (Rainforest Alliance, Bio) bei REWE und PENNY in Deutschland	✓	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe – Food
Baumwolle und Textilien	100 % zertifizierte Textilien aus Baumwolle nach Cotton made in Africa und GOTS bei den Eigenmarken von REWE, PENNY und toom Baumarkt in Deutschland bis Ende 2025	✓	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe – Non-Food und Dienstleistungen
Bio	Bio-Produkte ¹ -Anteil Verkaufswert-Netto Bio-Eigenmarken und -Herstellermarken am Verkaufswert-Netto Eigenmarken und Herstellermarken von REWE und PENNY in Deutschland	8 %	Siehe Abschnitt Bio
	Bio-Eigenmarken ¹ -Anteil Verkaufswert-Netto Bio-Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland am Verkaufswert-Netto Eigenmarken	15 %	
	REWE Bio ¹ -Anteil Verkaufswert-Netto „REWE Bio“ am Verkaufswert-Netto Eigenmarken bei REWE	17 %	
	PENNY Naturgut ¹ -Anteil Verkaufswert-Netto „Naturgut“ am Verkaufswert-Netto Eigenmarke bei PENNY	8 %	
Biodiversitätsmaßnahmen im Obst- und Gemüseanbau	900 Hektar ein- oder mehrjährige Blühstreifen anlegen/aufwerten (seit Projektbeginn) bis 2025	1.355 ²	Siehe Abschnitt Biodiversität
	30.000 Gehölze (Bäume, Hecken und Sträucher) pflanzen bis 2025	26.300	
	20.000 Nisthilfen aufstellen bis 2025	21.300	
Deutsche Herkunft	95 % konventionelles Schweinefleisch aus deutscher Herkunft (5D) bei den Eigenmarken von REWE und PENNY Deutschland bis Sommer 2022	✓	Siehe Abschnitt Regionalität
Eier	100 % Bio-Frischeier der Marke „Spitz & Bube“ bei REWE Deutschland bis Ende 2020	✓	Siehe Abschnitt Tierwohl
	100 % Eier ohne Kükentöten für die Eigenmarken von REWE Deutschland bis Ende 2021	✓	
Fisch	Langfristig 100 % Fisch-Monoartikel ³ bei den Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland mit Tracking-Codes auf den Verpackungen	96 %	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe Food und Leitlinie Fisch und Meeresfrüchte
	100 % zertifizierte Eigenmarken-Fischprodukte in den Bereichen Tiefkühlung, Convenience, Frische und Konserven bei REWE und PENNY in Deutschland nach Marine Stewardship Council (MSC), GLOBALG.A.P., Aquaculture Stewardship Council (ASC) oder Bio-Zertifizierung, sofern verfügbar	86 %	
Frischfleisch ⁴	100 % Frischfleisch ⁴ (Rind, Schwein & Geflügel) mit mindestens Haltungsformstufe 2 bei den Eigenmarken von REWE und PENNY Deutschland bis Ende 2025	70,4 %	Siehe Abschnitt Tierwohl

Thema	KPI/Ziele	Status 2022	Maßnahmen
	100 % Frischfleisch ⁴ (Rind, Schwein & Geflügel) mit mindestens Haltungsformstufe 3 bei den Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2030	7,7 %	
Verarbeitete Fleischwaren	100 % verarbeitete Fleischerzeugnisse ⁵ mit mindestens Haltungsformstufe 2 bei den Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2025	49,0 %	
Frischmilch	100 % Frischmilch aus Österreich und Deutschland bei den Eigenmarken von REWE und PENNY Deutschland bis Ende 2021	✓	Siehe Abschnitt Tierwohl
Trinkmilch	100 % Trinkmilch mit mindestens Haltungsformstufe 2 bei den Eigenmarken von REWE und PENNY Deutschland bis Ende 2025	15,2 %	Siehe Abschnitt Tierwohl
	100 % Trinkmilch mit mindestens Haltungsformstufe 3 bei den Eigenmarken von REWE und PENNY Deutschland bis Ende 2030		
Holz und Papier	100 % nach Blauer Engel, FSC Recycled, PEFC Recycled, FSC 100%, PEFC™ oder FSC Mix zertifizierte Holz- und Papiereigenmarkenartikel im Bereich Non-Food bei REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2025	99 %	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe – Non-Food und Dienstleistungen
	100 % nach Blauer Engel, FSC Recycled, PEFC Recycled, FSC 100%, PEFC™ oder FSC Mix zertifizierte Holz- und Papiereigenmarkenartikel im Bereich Near-Food bei REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2020	✓	
Kaffee	100 % zertifizierte Kaffee-Eigenmarkenprodukte nach Rainforest Alliance, Bio oder Fairtrade bei REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2020	✓	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe – Food und Leitlinie für Kaffee
Kakao	100 % zertifizierter Kakao bei den Eigenmarken von REWE und PENNY Deutschland seit Ende 2020	99 %	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe – Food und Leitlinie für Kakaoerzeugnisse
	100 % Fairtrade-zertifizierte Schokoladenartikel und Süßgebäck ⁶ bei den Eigenmarken von REWE und PENNY Deutschland	✓	
Kosmetikprodukte	100 % der Kosmetikprodukte ohne Mikroplastik gemäß dem in den Leitlinien definierten REWE Group-Verständnis bei den Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2020	✓	Siehe Abschnitt Wasser und Leitlinie Mikroplastik in Kosmetikprodukten
	100 % der Kosmetikprodukte ohne fokussierte synthetische und halbsynthetische Polymere in gelöster/gelartiger/flüssiger Form gemäß dem in den Leitlinien definierten Verständnis, wenn ohne Leistungseinbruch möglich, bei den Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2020	✓	
Nordmanntannen	100 % Anteil Nordmanntannen aus fairem Anbau „Fair Trees“ bei toom Baumarkt in Deutschland	✓	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe – Non-Food und Dienstleistungen
Palmöl	100 % RSPO-zertifiziertes Palm(kern)öl bei den Eigenmarken von REWE und PENNY Deutschland, in Österreich und bei Lekkerland	✓	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe – Food und Leitlinie Palmöl

Thema	KPI/Ziele	Status 2022	Maßnahmen
	Einkauf von 100 % mind. segregiert zertifiziertem Palm(kern)öl seit 2018 und 100 % mind. massenbilanziert zertifizierten Fraktionen und Derivaten seit 2020 für die Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland	99 %	
PRO PLANET	Anzahl PRO PLANET-Produkte bei REWE und PENNY in Deutschland ⁷	1.585	Siehe Abschnitt PRO PLANET
	25 % der Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland tragen das PRO PLANET-Label bis Ende 2025	12 %	
	Anzahl PRO PLANET-Produkte bei toom Baumarkt in Deutschland	862	
Regionalkonzept	Artikelanzahl REWE Regional bei REWE-Märkten in Deutschland inkl. REWE Dortmund	867	Siehe Abschnitt Regionalität
	Artikelanzahl Regionalkonzept „Da komm ich her“ bei BILLA, BILLA PLUS und Sutterlüty in Österreich	200	
Säfte (früher Orangensaft)	50 % Anteil aller Eigenmarken-Säfte, -Nektare und -Fruchtsaftgetränke (ohne Aktions-, Saisonal- und Regionalartikel) bis Ende 2025 nach Rainforest Alliance, Fairtrade, Naturland, Bio, SAI FSA Bronze/Silber/Gold, GLOBALG.A.P. bei REWE und PENNY in Deutschland zertifizieren	↻	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe – Food und Leitlinie Säfte
	100 % Rainforest Alliance- oder Bio-zertifizierter Orangen- und Ananas-Direktsaft bei REWE und PENNY in Deutschland bis 2025	✓	
Soja als Futtermittel	100 % Frischmilch und H-Milch, Frischei-Sortiment und Geflügel-Frischfleisch mit Siegel des Verbands für Lebensmittel ohne Gentechnik e. V. (VLOG) oder Bio-Zertifizierung bei den Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland	✓	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe – Food
Tee	100 % zertifizierte Kräuter- und Früchteteeartikel (mit mind. 30 % zertifizierter Rohware) bei den Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2025	96 %	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe – Food und Leitlinie Tee
	100 % zertifizierter Schwarz- und Grüntee bei den Eigenmarken von REWE und PENNY Deutschland seit Ende 2020	✓	
Torffreie Erde	100 % Verzicht auf torfhaltige Erden bei Eigenmarken sowie Markenprodukten bei toom Baumarkt in Deutschland bis 2025	↻	Siehe Abschnitt Fokusrohstoffe – Non-Food und Dienstleistungen
Verpackung	30 % Rezyklatanteil im Durchschnitt in den Eigenmarkenverpackungen bei REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2025	↻	Siehe Abschnitt Verpackungen und Leitlinie für umweltfreundlichere Verpackungen
	Verdopplung des Sortimentsangebots in Mehrweg & Unverpackt bei den Eigenmarken bei REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2025 im Vergleich zu 2021	↻	
	100 % der PET-Eigenmarkenverpackungen im Bereich Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel aus Rezyklat bei REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2021 ⁸⁺¹⁰	89 %	

Thema	KPI/Ziele	Status 2022	Maßnahmen
	50 % Rezyklatanteil im Durchschnitt in PET-Einweggetränkflaschen bei den Eigenmarken von REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2023 ⁹⁺¹⁰	47 %	
	20 % weniger Kunststoff in den Eigenmarkenverpackungen bei REWE und PENNY in Deutschland bis Ende 2025 im Vergleich zu 2015	-29 %	
	100 % recyclingfähige Kunststoff-Eigenmarkenverpackungen bei REWE und PENNY Deutschland bis Ende 2025	↻	
	100 % zertifizierte Papierverpackungen bei REWE und PENNY Deutschland bis Ende 2020	✘	

↻ In Umsetzung ✓ Ziel erreicht – Liegt nicht vor ✘ Ziel nicht erreicht

¹ Anteile ohne Near- und Non-Food, Tabak und alkoholische Getränke.

² Neue Berechnungsgrundlage: Ab 2022 werden alle seit Projektbeginn jemals angelegten oder aufgewerteten Blühflächen berichtet. Es handelt sich dabei um mehr- und einjährige Blühflächen, die zum Teil nicht dauerhaft bestehen. 2022 waren noch über 500 Hektar erhalten.

³ Fischartikel, die nur eine Fischart enthalten, und ohne die Bereiche Convenience, Snacks und Fertiggerichte.

⁴ Selbstbedienung und Bedientheke.

⁵ Wurst (Selbstbedienung & Bedientheke), inkl. Konserven, Tiefkühl und Convenience mit einem Fleischanteil von mehr als 50 %, exkl. ausländischer Spezialitäten.

⁶ Diese Artikel umfassen die Warengruppen Schokoladentafeln, Schokoriegel, Pralinen, Oster- und Weihnachtssüßwaren. Nuss-Nougat-Brotaufstriche und Instant-Kakao können nicht automatisiert im Rahmen dieser Erhebung ermittelt werden, weshalb diese Artikel nicht in den Reporting-Geltungsbereich fallen.

⁷ Die Bezugsmenge steht für die Anzahl der Verkaufseinheiten der bezogenen Eigenmarkenprodukte.

⁸ Wo möglich mindestens 20 Prozent Rezyklat aus dem gelben Sack.

⁹ Dies ist eine im Berichtsjahr 2021 angepasste Zielsetzung. Es zeichnete sich ab, dass die REWE Group das vorherige Ziel von 25 Prozent Rezyklatanteil bereits 2021 erreichen würde.

¹⁰ Dieses Ziel gilt auch für toom in Deutschland, ist in der Datenerhebung jedoch nicht enthalten.