

Fortschrittsbericht der REWE GROUP

Berichtszeitraum 04/2016 – 03/2018

Zur Leadership-Erklärung der ‚Biodiversity in Good Company‘ Initiative

Verantwortliches Handeln im Sinne der Gemeinschaft ist für die genossenschaftliche REWE Group Bestandteil der Unternehmenskultur. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie sind vier Themen von höchster Bedeutung: die nachhaltige Sortimentsgestaltung sowie die Förderung des Konsums nachhaltigerer Produkte; der Ressourcen- und Klimaschutz; die Zufriedenheit und das Engagement der Mitarbeiter sowie die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung. In diesem Zusammenhang ist die aktive Auseinandersetzung mit dem Thema Biodiversität, insbesondere im Rahmen der nachhaltigeren Produktionsmethoden, seit vielen Jahren ein wichtiger strategischer Baustein für die REWE Group.

Deshalb ist die REWE Group Mitglied der Initiative ‚Biodiversity in Good Company‘, erkennt die sieben Punkte der Leadership-Erklärung an und setzte diese wie folgt um.

Die Leadership-Erklärung:

Die Unterzeichner anerkennen und unterstützen die drei Ziele des internationalen „Übereinkommens über die biologische Vielfalt“:

- Erhaltung der biologischen Vielfalt
- Nachhaltige Nutzung ihrer Bestandteile
- Gerechte Aufteilung der sich aus der Nutzung der genetischen Ressourcen ergebenden Vorteile

und verpflichten sich:

1. die Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten auf die biologische Vielfalt zu analysieren;
2. den Schutz der biologischen Vielfalt und die nachhaltige Nutzung in das Umweltmanagementsystem aufzunehmen;
3. eine verantwortliche Stelle im Unternehmen einzurichten, die alle Aktivitäten im Bereich Biodiversität steuert und der Geschäftsführung berichtet;
4. messbare und realistische Ziele zum verbesserten Schutz der biologischen Vielfalt und ihrer nachhaltigen Nutzung festzulegen, die alle zwei bis drei Jahre überprüft und angepasst werden;
5. alle Aktivitäten und Erfolge im Bereich der biologischen Vielfalt im Jahres-, Umwelt- oder Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen;
6. Zulieferer über ihre Biodiversitätsziele zu informieren und schrittweise einzubinden;
7. Kooperationen mit potenziellen Partnern wie Naturschutzorganisationen, wissenschaftlichen oder staatlichen Einrichtungen auszuloten, um im Dialog das Fachwissen zu vertiefen und das Managementsystem fortzuentwickeln.

1. Die REWE Group analysiert die Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten auf die biologische Vielfalt.

Die REWE Group ist sich darüber bewusst, dass ihr unternehmerisches Handeln die Biodiversität beeinflusst. Während der Einfluss der Geschäftstätigkeit auf Treibhausgasemissionen heute schon sehr genau messbar ist und von der REWE Group mit Reduktionszielen hinterlegt wurde, ist dies bei Biodiversität noch nicht überall der Fall. Die REWE Group hat bereits das wichtigste Handlungsfeld im Rahmen eines umfassenden Biodiversitätsmanagements identifiziert. Es handelt sich dabei um den Erhalt der Biodiversität im Rahmen der Produktion von Eigenmarkenprodukten. Im REWE Group-eigenen PRO PLANET-Prozess wird daher die komplette Wertschöpfungskette von Eigenmarkenprodukten anhand einer Hot Spot-Analyse untersucht. Dabei werden ökologische und soziale Aspekte gleichermaßen beleuchtet. Auch das Thema Biodiversität wird im Rahmen jeder Hot Spot-Analyse untersucht. Werden Schwachpunkte im Bereich Biodiversität identifiziert, entwickelt die REWE Group Maßnahmen, um diese zu reduzieren oder zu beheben. Um darüber hinaus ein ganzheitliches Biodiversitätsmanagement im Unternehmen zu etablieren, arbeitet die REWE Group an einer Biodiversitätsstrategie und an einer Biodiversitätsleitlinie, die sich zunächst mit der landwirtschaftlichen Produktion in Deutschland befasst. In diesem Bereich hat die REWE Group einen direkten Einfluss auf die Biodiversitätsleistung ihrer Lieferketten, den sie weiterhin aktiv nutzen will, um messbare Resultate zu erhalten. So wurden bereits mehrere Biodiversitäts-Monitorings in verschiedenen Projektregionen durchgeführt und die Ergebnisse, die sehr positiv ausfielen, veröffentlicht.

2. Die REWE Group nimmt den Schutz der biologischen Vielfalt und die nachhaltige Nutzung in das Umweltmanagementsystem auf.

Klassische Umweltmanagementsysteme beziehen sich häufig auf die Produktion. Da der Handel jedoch keinen direkten Einfluss auf die Produktion von Waren hat, sind Umweltmanagementsysteme für den Handel auch nur von indirekter Bedeutung durch die Zusammenarbeit mit den Lieferanten. Mit dem NABU als starkem strategischen Partner im Bereich Naturschutz weiß die REWE Group sich für die Herausforderungen im Bereich Naturschutz bestens gerüstet. Darüber hinaus arbeitet sie aktiv mit ihren Partnern – NABU, Kulturlandschaftsstiftungen, Lieferanten und Erzeuger – an der Verbesserung des Biodiversitätsmanagements der Produzenten in der deutschen Landwirtschaft. Um Transparenz über die von den Eigenmarkenlieferanten

implementierten Umweltmanagementsysteme und Aktivitäten im Bereich Biodiversität zu erhalten, setzt die REWE Group auf eine enge Zusammenarbeit und einen offenen Dialog mit ihren Lieferanten.

3. Die REWE Group richtet eine verantwortliche Stelle im Unternehmen ein, die alle Aktivitäten im Bereich Biodiversität steuert und an die Geschäftsführung berichtet.

Das Thema Biodiversität wird von drei Stellen im Unternehmen betreut, die sich zu allen Aktivitäten eng abstimmen. Es handelt sich dabei um die Nachhaltigkeitsabteilung, die Strategische Qualitätssicherung und den Bereich Nachhaltigkeit Ware, der die Nachhaltigkeitsthemen der Eigenmarken bearbeitet. Der Bereich Nachhaltigkeit Ware initiiert und steuert Biodiversitätsprojekte mit Produktbezug und steht hierzu auch mit der Qualitätssicherung im Austausch. Die Nachhaltigkeitsabteilung ermöglicht die interne und externe Kommunikation zu den Projekten, z. B. im Rahmen von Stakeholderdialogen, und berichtet darüber an die Leitungsgremien.

4. Die REWE Group legt messbare und realistische Ziele zum verbesserten Schutz der biologischen Vielfalt und ihrer nachhaltigen Nutzung fest, die alle zwei bis drei Jahre überprüft und angepasst werden.

Die REWE Group hat sich zum Ziel gesetzt, die nachhaltigeren Sortimente stetig auszubauen. Das Unternehmen setzt sich daher dafür ein, die angebotenen Produkte und Dienstleistungen in sozialer und ökologischer Hinsicht zu verbessern und Wertschöpfungsketten positiv zu beeinflussen. So trägt die REWE Group zum Schutz und zur nachhaltigeren Nutzung der natürlichen Lebensgrundlagen bei. In diesem Rahmen arbeitet die REWE Group eng mit ihren Lieferanten zusammen und entwickelt die ökologischen und sozialen Anforderungen für ihre Sortimente beständig weiter. So ist Nachhaltigkeit, neben Frische, Qualität und Preis, ein zunehmend wichtiges Entscheidungskriterium im Einkaufsprozess geworden. Den Schwerpunkt der Aktivitäten legt die REWE Group auf ihre Eigenmarken, wo sie einen besonders großen Hebel in der Produktgestaltung hat.

Unter den Eigenmarken befinden sich viele Produkte, die auch einen unmittelbaren Einfluss auf die Biodiversität haben und verschiedene Standards erfüllen, z. B. Bio, PRO PLANET (über 900 Produkte), FSC, Rainforest Alliance und MSC. So fördert der biologische Anbau den verringerten Pestizideinsatz. Der Einsatz von zertifiziertem

Palmöl, Kakao oder Bananen trägt ebenfalls zum Biodiversitätserhalt bei. Die zugrundeliegenden Standardsysteme stellen jeweils Anforderungen, die sich positiv auf die Biodiversität auswirken, wie beispielsweise der Schutz von wertvollen Flächen.

Im Zeitraum 2012-2017 konnte die REWE Group die Anzahl der PRO PLANET Produkte von 407 auf über 900 steigern. Auch die Entwicklung der Bio-Sortimente in den Vertriebslinien der REWE Group ist positiv, sowohl im Hinblick auf die Anzahl der Artikel als auch auf den Anteil innerhalb des Sortiments¹.

In 2017 umfasste das REWE-Bio-Sortiment bei REWE 520 Produkte (Durchschnitt im Gesamtjahresverlauf). Dies ergibt einen Anteil von REWE Bio-Produkten am Verkaufswert von rund 4,2 Prozent im Jahr 2017. Rechnet man die Bio-Artikel der Markenhersteller hinzu, beträgt der Anteil 5,8 Prozent.

Die 2014 eingeführte PENNY-Marke Naturgut fasst regionale, vegetarische und Bio-Produkte unter einer Marke zusammen. Der Anteil der Naturgut-Produkte am Verkaufswert hat sich von etwa 1,6 Prozent im Jahr 2014 auf 2,3 Prozent im Jahr 2017 erhöht, was einer Steigerung von 40 Prozent entspricht.

Diese positiven Entwicklungen werden durch die REWE Group weiter vorangetrieben.

Die REWE Group engagiert sich zudem in Brancheninitiativen und stößt diese zum Teil selbst mit an, mit dem Ziel, möglichst viele Akteure entlang der Wertschöpfungskette einzubinden, um gemeinsam Ansätze für dauerhaft positive Entwicklungen entlang der gesamten Lieferkette zu finden.

Zusätzlich wurden **Rohstoff-Leitlinien** für folgende Produkte entwickelt, die jeweils mit spezifischen Zielen hinterlegt sind und regelmäßig aktualisiert werden:

- [Fisch](#): Die Leitlinie definiert Standards für Wildfisch und Fische aus Aquakultur, darunter anspruchsvolle Transparenzkriterien.
- [Kakao](#): Die Leitlinie definiert Anforderungen für die Beschaffung von Kakao und legt einen Zeitplan für die Umstellung auf zertifizierte Quellen fest. Als Gründungsmitglied des Forums Nachhaltiger Kakao unterstützt die REWE Group zusammen mit anderen Unternehmen das Projekt PRO-PLANTEURS, ein gemeinsames, über fünf Jahre angelegtes Kakao-Projekt in der Côte d'Ivoire. Ziel des Projekts ist es, 20.000 Kakao produzierende Bauern und deren Familien sowie ihre Produzentenorganisationen zu professionalisieren, um über

¹ REWE Group Nachhaltigkeitsbericht: GRI204 FP2, <http://rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de/2016/gri-bericht/produkte/gri-204-fp2-bio-und-pro-planet>,

Einkommenssteigerung und Ernährung die Lebenssituation der Familien zu verbessern.

- [Palmöl](#): Die Leitlinie legt einen anspruchsvollen Umsetzungsfahrplan für die Umstellung auf nachhaltiges Palmöl fest und definiert Anforderungen, die über etablierte Standards hinausgehen. Die REWE Group ist Initiativpartner des Forums Nachhaltiges Palmöl (FONAP). Seit Vereinsgründung im November 2015 ist die REWE Group im Vorstand des FONAP vertreten und engagiert sich aktiv in einer Arbeitsgruppe zum Monitoring und Review der Selbstverpflichtung zur Kommunikation der Forumsarbeit sowie in einer Arbeitsgruppe zur Erarbeitung und Umsetzung eines Projekts in den Erzeugerländern. Dabei handelt es sich um ein Kooperationsprojekt zwischen dem FONAP und der malaysischen NGO WildAsia, das 2018 umgesetzt wird und Partner in den Erzeugerländern dabei unterstützt, die Zusatzkriterien des FONAP umzusetzen.
- [Soja](#): Die REWE Group hat in ihrer Leitlinie für Soja als Futtermittel unter anderem die Gentechnik-Freiheit von Soja als Anforderung für die Erzeuger von Eigenmarkenprodukten sowie die Prüfung von Substitutionsmöglichkeiten durch heimische Eiweißquellen festgelegt. Die Umsetzung dieser Anforderung erfolgt individuell für jede Nutztierspezies. Für den Nachweis der gentechnikfreien Fütterung setzt die REWE Group in Deutschland auf das Siegel des Verbands für Lebensmittel ohne Gentechnik e.V. (VLOG). Im Jahr 2016 erhielt das gesamte Frischei-Sortiment der REWE Group in Deutschland das VLOG-Siegel, bei Frischmilch konnte der Anteil von 20 Prozent im Jahr 2015 auf 99 Prozent im Jahr 2017 gesteigert werden. Auch bei der REWE Group in Österreich stammt das gesamte Frischei-Sortiment aus gentechnikfreier Fütterung
- [Ökologischer Landbau](#): Die Leitlinie definiert Standards für Bio-Eigenmarken, die in vielen Punkten über die Anforderungen des EU-Biosiegels hinausgehen. Das Leitbild [Nutztierhaltung der Zukunft](#) formuliert Grundwerte und Ziele für die Umsetzung einer artgerechten Tierhaltung, eine interne Leitlinie für Holz ist in Erarbeitung.

Der Ausbau der Leitlinien wird auch in den folgenden Jahren fortgesetzt. Unter anderem wird im Jahr 2018 die Leitlinie für Textilien veröffentlicht, in der Anforderungen an Lieferanten in der Lieferkette in Bezug auf Fairness, Ressourcenschonung und Tierwohl definiert und Ziele für die Umsetzung festgelegt werden.

Daten zum Status und Zielerreichungsgrad der Leitlinien werden im jährlich erscheinenden [Nachhaltigkeitsbericht](#) unter GRI-Indikator FP1 berichtet.

Ein [Statusbericht](#) gibt regelmäßig Auskunft zum chemischen Pflanzenschutz bei Obst und Gemüse. Eine Überarbeitung ist für das Jahr 2018 geplant. Beim Anbau der tropischen Früchte Banane und Ananas können negative ökologische und soziale Auswirkungen in den Produktionsländern auftreten. Dazu zählen schlechte Arbeitsbedingungen auf den Obstplantagen, hoher Pestizideinsatz und die Schädigung von Ökosystemen. Die REWE Group und ihre Vertriebslinien in Deutschland haben die Beschaffung von konventioneller Ananas und konventionellen Bananen in den Jahren 2015 und 2016 vollständig auf Rainforest Alliance umgestellt.

Um die Ziele kontinuierlich zu verfolgen und weiterzuentwickeln, engagiert sich die REWE Group in zahlreichen Projekten. Einige Beispiele:

Zur Förderung des nachhaltigeren Konsums veranstaltet die REWE Group in ihren Märkten regelmäßig Nachhaltigkeitswochen. Mit diesen Nachhaltigkeitswochen stärken die Vertriebslinien der REWE Group jedes Jahr in mehr als 6.200 Märkten und Reisebüros das Bewusstsein der Verbraucher und animieren sie zu einem umwelt- und sozialverträglicheren Konsum. Mit den Aktionen sprechen die Vertriebslinien verschiedene Altersgruppen und Interessen an. Nachhaltigere Produkte erhalten in dieser Zeit eine besondere Aufmerksamkeit.

Außerdem hat die REWE Group von 2013 bis 2015 das Projekt „Biodiversitätskriterien in Standards und Qualitätssiegeln der Lebensmittelbranche“ initiiert und unterstützt. Das Projekt wurde von der Bodensee-Stiftung und dem Global Nature Fund durchgeführt und vom Bundesamt für Naturschutz (BfN) und dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) gefördert. Seitdem steht die REWE Group für das Nachfolgeprojekt inhaltlich und fachlich zur Verfügung, um aus Perspektive des Handels einen aktiven Beitrag zu den Ergebnissen zu leisten. Im Rahmen des Projektes wurde im Februar 2018 die Publikation „Empfehlungen für wirkungsvolle Kriterien zum Schutz der Biodiversität in Standards für die Lebensmittelbranche und Beschaffungsrichtlinien von Lebensmittelunternehmen“ veröffentlicht und gemeinsam auf der Biofach vorgestellt.

Ein weiteres Projekt ist der REWE Group-Mittelamerikafonds, der von 2014 bis 2017 ein Projektvolumen von mehr als 2 Millionen Euro zur Verfügung stellte und auch 2018 fortgeführt wird. Mit dem Fonds finanziert die REWE Group zahlreiche Projekte in Mittelamerika: So hat das Projekt beispielsweise die Aufforstung von rund 160 Hektar ehemaligem Weideland im Naturschutzgebiet San Pond Sak in Panama unterstützt,

zahlreiche Menschen mit frischem Trinkwasser versorgt oder Freizeitbeschäftigungen und Betreuungsplätze für Kinder geschaffen. Ergänzt werden die Maßnahmen durch strenge Anforderungen an die Produktion. So müssen alle Erzeugerbetriebe nach Rainforest Alliance zertifiziert werden, um sowohl Umwelt- als auch Sozialstandards zu gewährleisten und negative Einflüsse auf die Umwelt und die Menschen in der Produktion zu reduzieren.

Gemeinsam mit der Bodensee-Stiftung und dem Naturschutzbund Deutschland e. V. arbeitet die REWE Group seit 2010 in einem deutschlandweiten Projekt mit Apfel- und Birnenbauern zum Schutz von blütenbestäubenden Insekten. Das Projekt wurde 2016 mit dem „Deutschen CSR-Preis“ in der Kategorie „Vorbildliche Kooperation eines Unternehmens mit NGOs/NPOs“ ausgezeichnet.

In und um ihre Obstplantagen legen die Landwirte Blühflächen mit verschiedenen Saatgutmischungen an, pflanzen blühende Hecken und Weidenstecklinge an Feldrainen, gestalten ihre Wiesenbewirtschaftung naturverträglicher und stellen Nisthilfen für Wildbienen auf. Die positiven Auswirkungen des Projekts sind vielfältig: Im Jahr 2017 wurden 810 (2016: 475) Bäume und Sträucher gepflanzt. 324 (2016: 268) alte Obstbäume konnten erhalten werden. Fast 100 Hektar (2016: 30 Hektar) Blühstreifen und verschiedenste Formen von Strukturanreicherungen wie Trockensteinmauern oder Kleingewässer wurden errichtet. Die Ergebnisse des im Jahr 2017 durchgeführten Wildbienen-Monitorings zeigen im Vergleich zu 2010 einen deutlichen Zuwachs um etwa 100 Prozent von 56 auf 111 verschiedene Wildbienenarten, darunter auch 17 (2010: 5) bedrohte Arten. Auch die zahlreichen Nisthilfen und Artenschutzmaßnahmen für Vögel, Fledermäuse und Insekten zeigen positive Wirkung, so wurde 2017 eine Rekordzahl von 22 (2016: 16) Turmfalken-Brutpaaren im südlichen Rheinland gezählt.

Im Jahr 2015 wurde von der Universität Bonn ein Monitoring der Maßnahmen durchgeführt. Dabei wurden diese nach ihrer Eignung zur Förderung der Biodiversität über ein Punktesystem bewertet. Auf Basis der Bewertung wurden 2016 und 2017 Pilotprojekte im Gemüse- und Kartoffelanbau gemeinsam mit dem NABU (Gemüse) und den Kulturlandschaftsstiftungen geplant und durchgeführt. Ziel ist es, weitere Kulturen in Biodiversitätsprojekte einzubeziehen. Für das Jahr 2018 ist der Rollout der Projekte bereits angestoßen (siehe auch [hier](#)).

Im Projekt „Blühendes Österreich“ engagiert sich die REWE International AG seit 2014 gemeinsam mit der Naturschutzorganisation BirdLife Österreich für artenreiche Lebensräume. Die Initiative finanziert den Erhalt und die Pflege bedrohter Naturflächen

sowie Projekte für Natur- und Nachhaltigkeitsbildung und fördert so die heimische Artenvielfalt. Ziel ist es, bis 2020 insgesamt 1.000 Hektar an bedrohten ökologischen Flächen zu schützen. Im Jahr 2016 wurden 325 Hektar Land erhalten und rund 150.000 Euro Prämien an die teilnehmenden 113 Betriebe ausgezahlt. Im Jahr 2015 hat die REWE International AG die Initiative in eine gemeinnützige Privatstiftung überführt. Als unabhängige Organisation mit eigenen Mitarbeitern und klar geregelter Finanzierung steht die Stiftung für langfristiges Engagement und Glaubwürdigkeit gegenüber den Kunden. Die Finanzierung der Stiftung und der Projektaktivitäten wurde an bestimmte Produkte gekoppelt. Für jedes verkaufte Produkt der Eigenmarken „Da komm ich her“ (erhältlich bei BILLA, MERKUR, ADEG und AGM), „immer grün“ (MERKUR), bigood (BIPA) und „Ich bin Österreich“ (PENNY) fließt ein Cent in die Stiftung. Die Kundinnen und Kunden der Handelsfirmen werden damit aktiv in die Unterstützung der Projekte integriert. Zudem wird eine bewusste Kaufentscheidung angeregt. Das Stiftungsbudget beträgt damit etwa eine Million Euro.

toom Baumarkt hat ebenso verschiedene Maßnahmen umgesetzt, um den Erhalt der Biodiversität zu unterstützen. So hat toom Baumarkt sich zum Ziel gesetzt, bis 2025 keine torfhaltigen Erden mehr anzubieten. Dies betrifft Eigenmarken sowie Markenprodukte. Im Zuge der Umstellung wird der Torfanteil über das gesamte Sortiment kontinuierlich reduziert und durch nachwachsende Rohstoffe ersetzt. Darüber hinaus wird das Angebot an torffreien Erdenprodukten jedes Jahr erhöht, im Frühjahr 2017 wurde etwa das Angebot der torffreien toom Naturtalent Blumenerden auf fünf Artikel erweitert, die zusätzlich das PRO PLANET-Label tragen. Auch die Vertriebslinien REWE und PENNY haben ihr saisonales Erdensortiment um torffreie und torf reduzierte Alternativen ergänzt.

Des Weiteren setzt toom seit 2016 eine sichtbare Ausweitung des Sortiments an bienenfreundlichen Pflanzen um. Zur Unterstützung wurden eigene Pflanzenstecker sowie Infomaterialien entwickelt, die auf die Pflanzen aufmerksam machen bzw. weitergehende Informationen bieten.

5. Die REWE Group veröffentlicht alle Aktivitäten und Erfolge im Bereich der biologischen Vielfalt im Jahres-, Umwelt- oder Nachhaltigkeitsbericht.

Die REWE Group veröffentlichte bis dato alle zwei Jahre einen Nachhaltigkeitsbericht. Mit dem im Juni 2018 erscheinenden Bericht 2017 wird der Berichtsrhythmus auf jährliche Berichterstattung umgestellt. Der Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016 wurde nach den neuen GRI Standards aufgesetzt und wird als reine Online-Berichterstattung konzipiert (<http://rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de>). Die Prüfung des

Nachhaltigkeitsberichts erfolgt durch PriceWaterhouseCoopers (PwC). Der Bericht beinhaltet auch einen eigenen Abschnitt zum Thema [Biodiversität](#).

Weitere Kommunikation zum Thema Biodiversität erfolgt auch über die PRO PLANET-Homepage, die REWE Group-Homepage, die Homepages der einzelnen Vertriebslinien sowie weitere Medien (Handzettel, Flyer, Instore Radio, o.ä.).

6. Die REWE Group informiert Zulieferer über ihre Biodiversitätsziele und bindet sie schrittweise in diese ein.

In der 2011 veröffentlichten Leitlinie für [Nachhaltiges Wirtschaften](#), hat die REWE Group den Erhalt der biologischen Vielfalt verankert und bekennt sich ausdrücklich zu den Zielen des UN-Übereinkommens zum Schutz der Biodiversität (Convention on Biological Diversity, CBD). Die Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften wird allen Eigenmarkenlieferanten als Wertekanon der REWE Group zur Verfügung gestellt. Außerdem werden die unter Punkt 4 dargestellten Rohstoff-Leitlinien zur Umsetzung an die betroffenen Eigenmarkenlieferanten übermittelt. In den verschiedenen oben beschriebenen Projekten sind jeweils Naturschutzorganisationen, relevante Zulieferer und Erzeuger eingebunden und arbeiten mit der REWE Group gemeinsam an der Umsetzung von Biodiversitätsthemen.

7. Die REWE Group lotet Kooperationen mit potenziellen Partnern wie Naturschutzorganisationen, wissenschaftlichen oder staatlichen Einrichtungen aus, um im Dialog das Fachwissen zu vertiefen und das Managementsystem fortzuentwickeln.

Die REWE Group steht zum Thema Biodiversität in Kontakt mit allen relevanten Stakeholdergruppen und setzt Projekte gemeinsam mit kompetenten Partnern um. Insbesondere im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsdialoge widmet sich die REWE Group verstärkt den unterschiedlichen Aspekten der biologischen Vielfalt.

Mit dem Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU) hat die REWE Group 2015 eine langfristige strategische Partnerschaft geschlossen. Der NABU und die REWE Group arbeiten bereits seit 2009 auf Projektbasis sehr intensiv zusammen. Die strategische Kooperation schafft nun eine noch breitere Plattform. Es wurden u. a. konkrete Arbeitsbereiche zur Förderung der biologischen Vielfalt vereinbart.

Im PRO PLANET Projekt zum Thema Kartoffeln konnte ein weiterer Partner zur Biodiversitätsförderung gewonnen werden. Die Kulturlandschaftsstiftungen haben sich zur Bewahrung der Kulturlandschaften auf Länderebene zusammengefunden, um direkt mit den Landnutzern Maßnahmen zur Förderung der Biodiversität umzusetzen. Gemäß dem Motto „Naturschutz durch Nutzung“ führen die Bayerische KulturLandStiftung, Stiftung Kulturlandpflege Niedersachsen, Stiftung Kulturlandschaft Rheinland-Pfalz, Stiftung Kulturlandschaft Sachsen-Anhalt und die Stiftung Rheinische Kulturlandschaft ihre Tätigkeiten aus.

Die REWE Group ist neben der Mitgliedschaft in der Biodiversity in Good Company Initiative unter anderem in folgenden Initiativen/Vereinen mit Bezug zur Biodiversität vertreten: Aid by Trade Foundation, B.A.U.M. e.V., BÖLW, Cerrado Manifesto Initiative, Standard Committee Rainforest Alliance, European Business and Biodiversity Campaign, Forum für Nachhaltiges Palmöl sowie RSPO.