

**Fortschrittsbericht der REWE GROUP**

**Berichtszeitraum 04/2018 – 03/2020**

**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 werden daher die Wertschöpfungsketten der Eigenmarkenprodukte detailliert untersucht. Dabei werden ökologische und soziale Aspekte gleichermaßen beleuchtet. Im Rahmen dieser Untersuchung stellt auch das Thema Biodiversität einen relevanten Aspekt dar. Werden Schwachpunkte im Bereich Biodiversität identifiziert, entwickelt die REWE Group Maßnahmen, um diese zu reduzieren oder zu beheben. Herausragende Beispiele dafür sind die PRO PLANET-Projekte im deutschen Obst- und Gemüseanbau sowie im Anbau von Bananen und Ananas.<sup>1</sup>

Um darüber hinaus ein ganzheitliches Biodiversitätsmanagement im Unternehmen zu etablieren, integriert die REWE Group das Thema Biodiversität in den betroffenen Leitlinien, wie beispielsweise in der Leitlinie Obst und Gemüse, die sich aktuell in der Entwicklung befindet. Im Bereich der Eigenmarken 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 Projektanbauregionen durchgeführt, die sehr positiv ausfielen. Die Ergebnisse des Monitorings am Bodensee wurden bereits veröffentlicht.<sup>2</sup>

Des Weiteren hat die REWE Group den Bezug von Soja aus entwaldungsfreien Lieferketten als wichtigen Hebel für die Förderung von Biodiversität identifiziert. Um langfristig den Einfluss tierischer Lebensmittel auf die Entwaldung in Südamerika zu minimieren, analysiert die REWE Group kontinuierlich alle Lieferketten mit hohem Soja-Einsatz. Das gesamte Eigenmarkensortiment für Eier, Milch und frisches Geflügelfleisch bei REWE und PENNY ist durch den Einsatz von nachhaltigerem Soja als Futtermittel zertifiziert entwaldungsfrei. Als Gründungsmitglied des Vereins Donau Soja konnte die REWE Group zudem seit 2015 in Kooperation mit rund

---

<sup>1</sup> REWE Group Nachhaltigkeitsbericht 2018, Indikator 304: <https://rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de/2018/gri-bericht/produkte/gri-304-biodiversitaet/index.html>

<sup>2</sup> <https://www.rewe-group.com/de/newsroom/pressemitteilungen/1646-wildbienen-vielfalt-nimmt-zu-obstbauern-am-bodensee-schaffen-trendwende>

220 Landwirten den Anbau von über 55.000 Tonnen zertifiziert entwaldungsfreiem Soja in der Zupanja-Region in Kroatien fördern.

Bereits 2017 hat die REWE Group gemeinsam mit zahlreichen brasilianischen NGOs – darunter WWF Brazil, TNC, CI-Brazil, Greenpeace Brazil, IPAM und Imaflora (Institut für land- und forstwirtschaftliche Bewirtschaftung und Zertifizierung) – und globalen Handelsunternehmen das so genannte „Cerrado Manifesto - Statement of Support“ unterschrieben. Das Ziel ist es, das Bewusstsein für die ökologischen Risiken im Zusammenhang mit dem Klimawandel und der Entwaldung durch landwirtschaftliche Produktion in den Cerrado Savannen im Inland Südost-Brasiliens zu erhöhen.

## **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 durch die Zusammenarbeit mit den Lieferanten auch nur von indirekter Bedeutung. Gemeinsam mit dem NABU als starkem strategischen Partner im Bereich Naturschutz weiß die REWE Group sich für die Herausforderungen im Bereich Naturschutz gut gerüstet. Darüber hinaus arbeitet sie aktiv mit ihren Partnern – NABU, Bodensee-Stiftung, Stiftung Rheinische Kulturlandschaft und ihren Schwesterstiftungen, 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. 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 und Stakeholdern 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 1.400 Produkte), FSC, Rainforest Alliance und MSC. So fördert der biologische Anbau den verringerten Pestizideinsatz. Der Einsatz/Bezug von zertifiziertem Palmöl, Soja, Kakao, Bananen oder Ananas 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, die unter anderem als Biokorridore dienen.

Im Zeitraum 2012-2019 konnte die REWE Group die Anzahl der PRO PLANET Produkte von 407 auf über 1.400 steigern. Auch die Entwicklung der Bio-Sortimente in den Vertriebslinien der REWE Group wird stetig vorangetrieben.<sup>3</sup>

In 2018 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 Prozent im Jahr 2018. Rechnet man die Bio-Artikel der Markenhersteller hinzu, beträgt der Anteil 5,7 Prozent.

PENNY hat 2014 unter dem Namen Naturgut eine eigene Bio-Marke eingeführt. Der Anteil der Naturgut-Produkte am Verkaufswert ist nach den Steigerungen in den Vorjahren von etwa 2,3 Prozent im Jahr 2017 auf 2,1 Prozent im Jahr 2018 leicht gesunken.

---

<sup>3</sup> REWE Group Nachhaltigkeitsbericht: GRI204 FP2, <https://rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de/2018/gri-bericht/produkte/gri-204-fp2-bio/index.html>

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 liegen **Rohstoff-Leitlinien** für folgende Warengruppen vor, 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 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 war die REWE Group bis 2019 im Vorstand des FONAP vertreten und engagierte 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 seit 2018 umgesetzt wird und Partner in den Erzeugerländern dabei unterstützt, die Zusatzkriterien des FONAP umzusetzen. Das Kooperationsprojekt wird auch über 2019 hinaus von der REWE Group gefördert.
- [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 99 Prozent im Jahr 2017 auf 100 Prozent im Jahr 2018 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.
- [Tierwohl](#): Die Leitlinie definiert die Ansprüche des Unternehmens an die nachhaltigere Erzeugung von Waren tierischen Ursprungs, inklusive der Anforderungen an Futtermittel. Zudem formuliert das Leitbild [Nutztierhaltung der Zukunft](#) Grundwerte und Ziele für die Umsetzung einer artgerechten Tierhaltung.

Darüber hinaus wurden in den Jahren 2018 und 2019 Leitlinien für Textilien, Tee-Erzeugnisse, Orangensaft und Kaffee sowie eine Aktualisierung der Leitlinie für Kakao veröffentlicht, die mit spezifischen Zielen hinterlegt sind. Auch diese Leitlinien legen fest, mit welchen Standards die REWE Group in den Lieferketten der genannten Warenströme arbeitet. Alle Standards beinhalten Biodiversitätskriterien. Der Ausbau der Leitlinien wird auch in den folgenden Jahren fortgesetzt. Daten zum Status und Zielerreichungsgrad der Leitlinien werden im jährlich erscheinenden [Nachhaltigkeitsbericht](#) unter GRI-Indikator FP1 berichtet.

Bis zum Jahr 2018 wurde jährlich ein Statusbericht zum chemischen Pflanzenschutz bei Obst und Gemüse erstellt und regelmäßig veröffentlicht. Das Konzept hinter dem Bericht wird im Jahr 2019 überarbeitet. Als Folge dessen wird in 2019/20 keine Veröffentlichung stattfinden. 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 daher bereits 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 7.000 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. Darüber hinaus nutzen die Vertriebslinien der REWE Group ihre Kommunikationskanäle und

Märkte regelmäßig und fortlaufend zur Kommunikation über nachhaltigere Produkte und Dienstleistungen.

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 2019 ein Projektvolumen von mehr als 4 Millionen Euro zur Verfügung stellte und zudem über 2020 hinaus fortgeführt werden soll. 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. Seit 2019 ist es zudem als Projekt der UN-Dekade Biologische Vielfalt ausgezeichnet und gewann den European Bee Award.

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 der Stiftung Rheinische Kulturlandschaften und ihrer Schwesterstiftungen geplant und durchgeführt. Der

deutschlandweite Rollout folgte in 2018. Seitdem wurde das Projekt sukzessive auf Kartoffeln, Zwiebel, Möhren, Chinakohl, Brokkoli und einige Salate sowie Kirschen und Zwetschgen ausgeweitet. Insgesamt beteiligen sich im Jahr 2019 über 450 Produzenten an dem Projekt. Die Produkte erhalten das PRO PLANET-Label „Für mehr Artenvielfalt“.

In und um ihre Anbauflächen 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: Bis einschließlich 2019 wurden über 14.380 (2018: 10.131) Bäume und Sträucher gepflanzt. 612 Hektar (2018: 437 Hektar) Blühstreifen und verschiedenste Formen von Strukturanreicherungen wie Trockensteinmauern oder Kleingewässer wurden angelegt und aufgewertet. Auch die zahlreichen Nisthilfen und Artenschutzmaßnahmen für Vögel, Fledermäuse und Insekten wurden umfassend ausgebaut. Im Jahr 2019 wurden insgesamt 10.130 (2018: 8.525) Nisthilfen für Vögel und Fledermäuse und 4.722 Nisthilfen für Insekten (2018: 2.970) errichtet. Neben den Nisthilfen wurde die Anzahl von Sitzstangen von 1.442 im Jahr 2018 auf 1.673 in 2019 erhöht. Die Ergebnisse des im Jahr 2017 durchgeführten Wildbienen-Monitorings zeigen im Vergleich zu 2010 einen deutlichen Zuwachs um etwa 100 Prozent von 56 auf 117 verschiedene Wildbienenarten, darunter auch 25 (2010: 5) bedrohte Arten. Ein weiteres Wildbienenmonitoring wurde im Rheinland in 2018/2019 durchgeführt. Hier wurden insgesamt 459 Individuen aus 16 Gattungen und 86 Arten bestimmt. Von diesen 86 Arten stehen 9 Arten auf der Vorwarnliste und 25 Arten auf der Roten Liste.

Im Projekt „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 Biodiversität. Im Jahr 2015 hat die REWE Group in Österreich 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), bi good (BIPA) und „Ich bin Österreich“ (PENNY) fließt ein Cent in die Stiftung. Die Kunden der Handelsfirmen werden damit aktiv in die Unterstützung der Projekte integriert. Zudem wird eine bewusste Kaufentscheidung angeregt. Das Stiftungsbudget beträgt etwa eine Million Euro.



Im Jahr 2017 wurde die Naturschutzstrategie 2018–2022 der Stiftung mit dem Titel „Nachhaltigkeit verankern, Österreichs Vielfalt leben“ verabschiedet. Ziel ist es, bis 2022 insgesamt 1.000 Hektar an bedrohten ökologischen Flächen zu schützen. 2019 nahmen an dem Programm FLORA (Förderung von LandwirtInnen und Organisationen zur Rettung unserer Artenvielfalt) 134 Betriebe teil. Dadurch konnten 624 Hektar ökologisch wertvolle Fläche mit einer Prämiensumme von 292.000 Euro erhalten werden.

toom Baumarkt hat ebenso verschiedene Maßnahmen umgesetzt, um den Erhalt der Biodiversität zu fördern. 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. In 2019 wurde das Eigenmarkensortiment torffreier Erden auf insgesamt zehn Produkte erweitert, davon sieben Naturtalent by toom® Blumenerden und drei Produkte der toom Qualitätsmarke. Die Naturtalent by toom® Blumenerden sind mit dem PRO PLANET-Label ausgezeichnet und mit dem Bio-Grünstempel® zertifiziert. 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. Unter dem Claim „Bienenfreunde“ wurden im Jahr 2019 über 400 Pflanzenartikel angeboten, die Insekten besonders viel Nektar und Pollen bieten. Zudem hat toom Baumarkt die Vorgaben für seine Zierpflanzenlieferanten verschärft und bietet seit 2017 als erster deutscher Baumarkt nur noch Zierpflanzen an, die ohne die von Greenpeace als besonders bienengefährlich eingestuften Pestizide produziert wurden.

Um den Erhalt von Biodiversität an diversen Standorten der REWE Group zu schützen, wurde im Jahr 2019 zusammen mit dem NABU ein Konzept zur insektenfreundlichen Begrünung von Standorten erarbeitet. Für eine erste Umsetzung wurden zunächst zwei Standorte in Köln ausgewählt. Aufgrund von genehmigungsrechtlichen Hürden wird die Umsetzung des Konzepts erst im Frühjahr 2020 erfolgen.

Auch für den Bereich Touristik spielt Biodiversität eine zentrale Rolle, denn nur eine intakte Umwelt, kulturelle Vielfalt und soziale Stabilität sind langfristig das Fundament von nachhaltigem Tourismus. Wo Lebensräume und Interessen von Menschen und Wildtieren aufeinandertreffen, kommt es nicht selten zu „Tier-Mensch-Konflikten“. Jagd- und Weidegebiete der Tiere enden nicht an den Grenzen der Nationalparks, sondern erstrecken sich auf anliegende Gebiete, die von Einheimischen bewirtschaftet werden. Der Schutz von Wildtieren ist für die lokale

Bevölkerung schwer nachvollziehbar, wenn dadurch ihre Lebensgrundlage bedroht ist. Artenvielfalt setzt den Schutz und Erhalt von Lebensräumen voraus.

Mit dem gemeinnützigen Verein der DER Touristik, der DER Touristik Foundation, fördert die DER Touristik daher nicht nur Projekte zur Sensibilisierung für den Natur-, Tier- und Artenschutz in touristischen Regionen, sondern darüber hinaus auch Umwelt- und Klimaschutzprojekte für den Erhalt natürlicher Ressourcen.

Im Rahmen des Projekts „Chilis gegen Elefanten“ gibt es z.B. für den Konflikt zwischen Elefanten und der Bevölkerung in den angrenzenden Naturschutzgebieten eine simple Lösung für den „Tier-Mensch-Konflikt“: Durch eine Einzäunung der Agrarwirtschaftsflächen mit sogenannten Chili-Zäunen, die Elefanten wegen ihres sehr stark ausgeprägten Geruchssinns meiden, können rund 75 Prozent der ursprünglichen Schäden vermieden werden. Die einheimische Bevölkerung erhält Schulungen zum Anbau und Erhalt der Chili-Zäune und wird für die Förderung des ökologischen Lebensraums sensibilisiert.

Das Projekt „Aegean Marine Life Sanctuary“ auf Lipsi Island in Griechenland setzt sich dagegen für den Schutz und Erhalt von Meeressäugern ein. Delfine, Robben und Schildkröten, die aus der Gefangenschaft kommen, gestrandet und/oder verletzt sind, erhalten in diesem bisher einmaligen Meeresschutzgebiet eine lebensgerechte Haltung und werden bei Bedarf in einer Tierklinik versorgt. Die lokale Bevölkerung, Touristen und Gäste können in einem Informationszentrum mehr über die verschiedenen Aktivitäten erfahren.

Vor allem aber hat die DER Touristik Group 2019 eine konzernweit gültige Tierschutzstrategie veröffentlicht. 2022 passen alle Unternehmen der DER Touristik Group ihr Produktportfolio an die neuen Tierschutzstandards an und streichen Angebote aus dem Programm, die nicht der Tierschutzrichtlinie entsprechen.

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

Die REWE Group veröffentlicht jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht, der mittlerweile als reiner Online-Bericht konzipiert und nach den GRI Standards aufgesetzt ist (<http://rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de>). Die Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts erfolgt durch PriceWaterhouseCoopers (PwC). Der Bericht beinhaltet einen eigenen Abschnitt zum Thema [Biodiversität](#).

Weitere Kommunikation zum Thema Biodiversität erfolgt zudem über die PRO PLANET-Homepage, die REWE Group-Homepage und die Homepages der einzelnen Vertriebslinien sowie weitere Medien (Handzettel, Flyer, Instore Radio, Social Media 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 und spezifischen Ziele 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 mit allen relevanten Stakeholdergruppen in Kontakt 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) arbeitet die REWE Group bereits seit 2009 auf Projektbasis sehr intensiv zusammen. Im Jahr 2015 wurde die Zusammenarbeit im Rahmen einer strategischen Partnerschaft intensiviert. Für die Kooperation wurden u. a. konkrete Arbeitsbereiche zur Förderung der biologischen Vielfalt vereinbart.

Im PRO PLANET-Projekt zum Thema Kartoffeln und Zwiebeln konnte ein weiterer Partner zur Biodiversitätsförderung gewonnen werden. Die Stiftung Rheinische Kulturlandschaft und ihre Schwesterstiftungen 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, Forum Nachhaltiger Kakao sowie RSPO.

Die REWE Group und Global Nature Fund arbeiten zudem seit 2019 gemeinsam mit anderen Akteuren an der Gründung der Initiative "Biodiversität in der Lebensmittelbranche".