

Fortschrittsbericht der REWE GROUP

Berichtszeitraum 04/2014 – 03/2016

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 Auseinandersetzung mit dem Thema Biodiversität, insbesondere im Rahmen der ökologischen Produktqualität, 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 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 der Hot Spot-Analysen 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 Biodiversitätsleitlinie.

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 auch nur von indirekter Bedeutung für den Handel. Um Transparenz über die implementierten Umweltmanagementsysteme und Aktivitäten im Bereich Biodiversität der Eigenmarkenlieferanten zu erhalten, befragt die REWE Group im Rahmen ihrer Lieferantenbefragung alle Eigenmarkenlieferanten. Die Befragung basiert auf der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group (s. Punkt 6 der Leadership-Erklärung).

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 zwei Stellen im Unternehmen betreut, die sich zu allen Aktivitäten eng abstimmen. Es handelt sich dabei um die

Nachhaltigkeitsabteilung und die Strategische Qualitätssicherung. Die Strategische Qualitätssicherung initiiert und steuert Biodiversitätsprojekte mit Produktbezug. Die Nachhaltigkeitsabteilung ermöglicht die interne und externe Kommunikation zu den Projekten, z. B. im Rahmen von Stakeholderdialogen.

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 das Ziel gesetzt, die nachhaltigeren Sortimente stetig zu erweitern. Derzeit werden über 6.700 Produkte mit einer Nachhaltigkeitskennzeichnung bei der REWE Group angeboten, darunter viele, die auch einen unmittelbaren Einfluss auf die Biodiversität haben, z. B. Bio, PRO PLANET (650 Produkte), FSC, Utz, 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 haben alle Anforderungen, die sich positiv auf die Biodiversität auswirken, wie beispielsweise der Schutz von wertvollen Flächen.

Im Zeitraum 2012-2015 konnte die REWE Group sowohl die Anzahl der PRO PLANET Produkte von 407 auf 650 steigern als auch Anteil am Verkaufswert von Bioprodukten¹. Diese positiven Entwicklungen wird die REWE Group weiter vorantreiben.

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

- Fisch (<http://www.rewe-group.com/nachhaltigkeit/publikationen/leitlinien/leitlinie-fuer-fisch/>)
- Kakao (<http://www.rewe-group.com/nachhaltigkeit/publikationen/leitlinien/leitlinie-fuer-kakao/>)
- Palmöl (<http://www.rewe-group.com/nachhaltigkeit/publikationen/leitlinien/leitlinie-fuer-palmoel/>)
- Soja (<http://www.rewe-group.com/nachhaltigkeit/publikationen/leitlinien/leitlinie-fuer-soja-als-futtermittel/>)

¹ REWE Group Nachhaltigkeitsbericht: G4 EN 27, <http://rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de/2014/gri-report/index.html>,

- Ökologischer Landbau http://www.rewe-group.com/dam/de/presse/leitlinien/oekoanbau/LL-oekologischer_landbau_dt
- eine interne Leitlinie für Holz ist in Erarbeitung

Ein Statusbericht gibt jährlich Auskunft zum chemischen Pflanzenschutz bei Obst und Gemüse (<http://www.rewe-group.com/nachhaltigkeit/publikationen/statusbericht-chemischer-pflanzenschutz/>).

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**, die unter anderem unter dem Titel „Schutz der Tier- und Pflanzenwelt“ durchgeführt werden. Mit diesen Nachhaltigkeitswochen stärken die Vertriebslinien der REWE Group jedes Jahr in mehr als 6.100 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 unterstützte die REWE Group das Projekt „Biodiversitätskriterien in Standards und Qualitätssiegeln der Lebensmittelbranche“. Das Projekt wurde von der Bodensee-Stiftung und dem Global Nature Fund ins Leben gerufen und vom Bundesamt für Naturschutz (BfN) und vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) gefördert. Im Projektverlauf wurden Handlungsempfehlungen und Kriterien erarbeitet, die von relevanten Nachhaltigkeitsstandards und Qualitätssystemen der Lebensmittelbranche integriert werden können. Ziel war es vergleichbare Aussagen zum Biodiversitätsmanagement über verschiedene Standards hinweg zu ermöglichen. Nach Fertigstellung des Berichts wurde dieser verschiedenen Akteuren vorgestellt.

Um auf die akute Gefahr des Bienensterbens aufmerksam zu machen, unterstützten die REWE-Supermärkte in Deutschland den NABU im Rahmen ihrer bundesweiten Nachhaltigkeitswochen 2015 mit 30 Cent für jeden verkauften Honig. Der NABU setzt sich mit seinen bundesweiten Projekten für die Anlage, den Schutz und die naturverträgliche Bewirtschaftung von Streuobstwiesen ein.

Ein weiteres Projekt, ist der REWE Group-Bananen-Fonds, der von 2013 bis 2016 ein Projektvolumen von mehr als 1 Million Euro zur Verfügung stellt. Mit dem Bananenfonds unterstützt REWE zahlreiche Projekte in Südamerika: So fördert das Projekt „Aufforstung San Pond Sak“ in Panama zum Beispiel die Aufforstung von 30 Hektar ehemaligem Weideland und den Erhalt eines Naturschutzgebietes sowie dessen natürliche Ressourcen. Ergänzt werden die Maßnahmen durch strenge Anforderungen an die Produktion. So müssen alle Erzeugerbetriebe nach Rainforest Alliance zertifiziert werden, um soziale Standards zu gewährleisten und negative Einflüsse auf die Umwelt auf ein Mindestmaß zu reduzieren.

Bei einer Kinder-Mal-Aktion im Rahmen der Nachhaltigkeitswochen 2015 wurde für jedes gemalte Bild ein Quadratmeter Wald an den "Deutschen Waldschutzfonds" des Naturschutzbund Deutschland (NABU) gespendet. Insgesamt kamen dabei 120.000 Quadratmeter Wald zusammen. Mit Hilfe des vom NABU initiierten Waldschutzfonds werden Waldflächen erworben, die sich zukünftig ohne menschlichen Eingriff entwickeln können. So entstehen Urwälder von morgen. Unzählige Pflanzen-, Pilz- und Tierarten finden in diesen Wäldern eine Heimat.

Gemeinsam mit der Bodensee-Stiftung und dem Deutschen Naturschutzbund e.V. arbeitet die REWE Group seit 2010 in einem deutschlandweiten Projekt mit Apfel- und Birnenbauern zum Schutz von blütenbestäubenden Insekten:

In ihren Obstplantagen legen die Bauern Blühflächen mit verschiedenen Saatgutmischungen an, pflanzen blühende Hecken und Weidenstecklinge an Feldrainen, gestalten ihre Wiesenbewirtschaftung naturverträglicher und stellen Nisthilfen für Wildbienen auf.

<http://www.proplanet-label.com/produkte/food/obst-gemuese/aepfel-birnen>

Im Projekt „Blühendes Österreich“ engagiert sich die REWE International AG seit 2014 gemeinsam mit der Naturschutzorganisation BirdLife Österreich für artenreiche Lebensräume. „Blühendes Österreich“ finanziert den Erhalt und die Entwicklung bedrohter Naturflächen wie Trockenrasen, Magerwiesen oder alter Streuobstbestände. Ein wesentlicher Schritt war 2014 die Einführung der Regionalmarke „Da komm‘ ich her!“. Für jedes verkaufte Produkt dieser Marke fließt 1 Cent in die Initiative „Blühendes Österreich“. Ziel ist es, bis 2025 insgesamt 1.000 Hektar – oder rund 10 Quadratkilometer – an Naturflächen zu schützen.

toom Baumarkt hat ebenso verschiedene Maßnahmen umgesetzt, um den Erhalt der Biodiversität zu unterstützen. So wurde das Sortiment an torffreien Pflanzenerden weiter ausgebaut. Darüber hinaus stellt toom bis spätestens 2025 komplett auf torffreie Erden um. So wird bis 2025 wird der Torfanteil in torfhaltigen Erden kontinuierlich reduziert und es kommen sukzessive neue, komplett torffreie Produkte in die Märkte.

Zudem hat toom im Jahr 2015 sämtliche Glyphosat-haltige Produkte aus dem Sortiment entfernt. Diese Maßnahme folgte der vorhergeschehenen Auslistung von Pestiziden auf Basis von besonders bienengefährlichen Pflanzenschutzmitteln und parallelem Ausbau des Angebots an Alternativprodukten, z. B. auf Wachs- und Perlargonsäure-Basis. Eine weitere Maßnahme ist die sichtbare Ausweitung eines Sortiments an bienenfreundlichen Pflanzen im Jahr 2016. Zur Unterstützung der Ausweitung wurden eigene Pflanzenstecker sowie Infomaterialien entwickelt, die auf die Pflanzen aufmerksam machen bzw. weitergehende Informationen bieten.

Im Projekt „Biodiversität All Inclusive“ hat die DER Touristik unter anderem zusammen mit dem WWF und dem Bundesamt für Naturschutz Kriterien für den Erhalt der Biodiversität in der Touristik entwickelt. Diese Kriterien umfassen zum Beispiel die Verwendung von regionalen Lebensmitteln, Gebäudebegrünung mit heimischen Pflanzen bis hin zu Schulungsmaßnahmen für Hotelangestellte. Im ITS-Katalog informiert die DER Touristik zum Beispiel über das Thema Biodiversität und stellt ausgesuchte Reiseziele vor. Nach dem Motto „Nur wer die Natur kennt und schätzt, schützt sie“ macht die DER Touristik in diesem Rahmen auf spezielle Naturerlebnisprogramme aufmerksam.

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

Die REWE Group veröffentlicht alle zwei Jahre einen Nachhaltigkeitsbericht. Der Nachhaltigkeitsbericht 2013/2014 wurde nach GRI 4 aufgesetzt und ist erstmalig ausschließlich als Online-Berichterstattung konzipiert worden (<http://rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de>). Die Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts erfolgte durch PriceWaterhouseCoopers (PwC). Der Bericht beinhaltet auch einen eigenen Abschnitt („Wertvolle Vielfalt“) zum strategischen Handlungsfeld Biodiversität.

Weitere Kommunikation zum Thema Biodiversität erfolgt auch über die PRO PLANET-Homepage und die REWE Group-Homepage sowie die Homepages der einzelnen Vertriebslinien.

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

In ihrer Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften (<http://www.rewe-group.com/nachhaltigkeit/publikationen/leitlinien/>) 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 die relevanten Zulieferer 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 schon 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.

Für diese Kooperation ist die REWE Group mit dem Deutschen CSR-Preis 2016 in der Kategorie Vorbildliche Kooperation eines Unternehmens mit NGOs/NPOs ausgezeichnet worden.

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, European Business and Biodiversity Campaign, Forum für Nachhaltiges Palmöl, RSPO.