



Nachhaltigkeitskommunikation und Marketing

Transparenz und Glaubwürdigkeit von Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Kundenkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

B.A.U.M.-Jahrestagung

Nürnberg, 10. Juni 2013

Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group



Nachhaltigkeit muss raus aus der Nische!



Nachhaltigkeit
raus aus der
Nische holen und
in den
Mainstream
bringen

Kernziel der
REWE Group

Dafür schafft
die REWE
Group ...

... Plattformen für
Netzwerke und den
Austausch unter
Meinungsbildern und
Stakeholdern

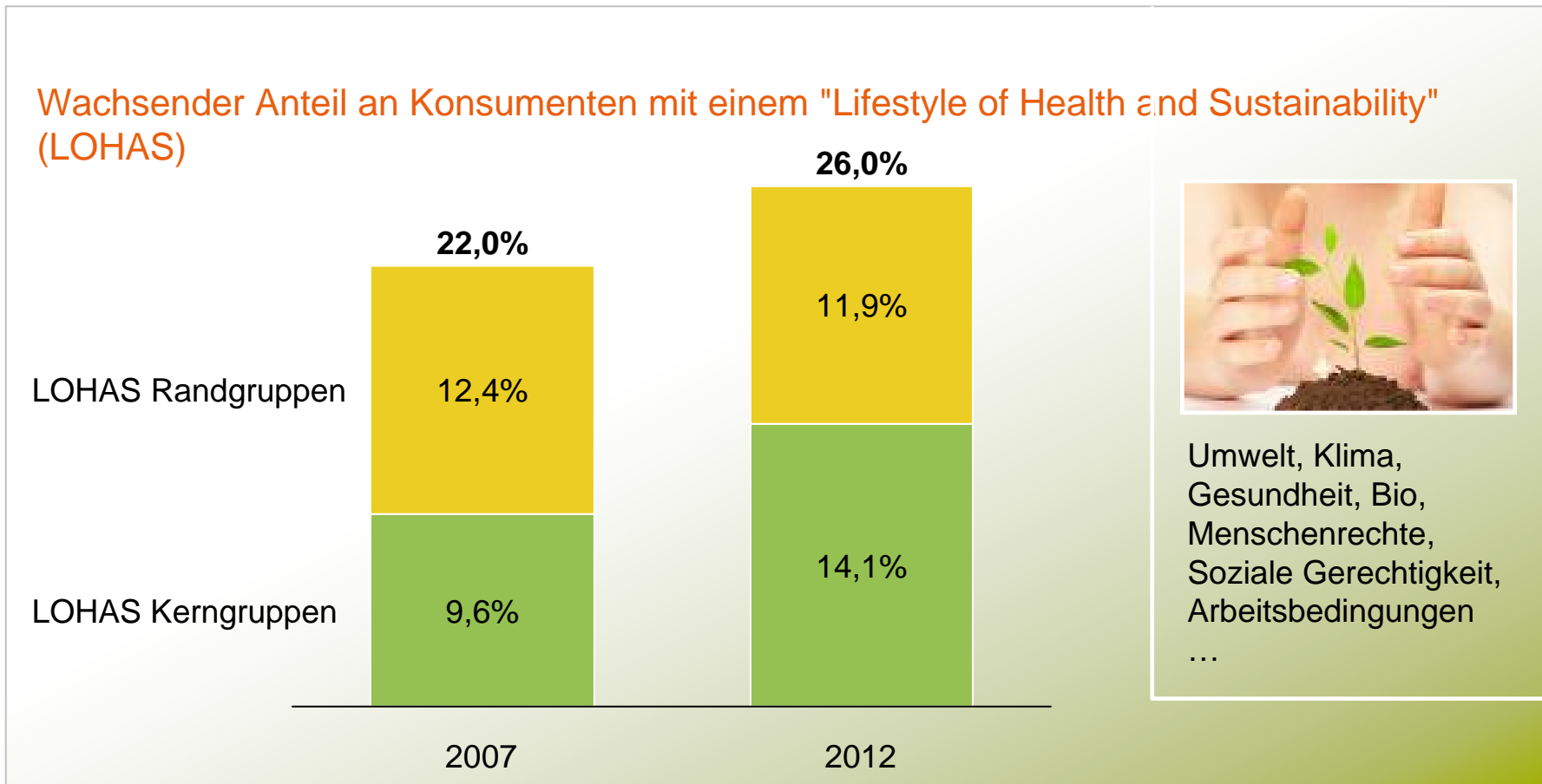
Stakeholderforum 2013

... Aktionswochen zur
Beteiligung der
Verbraucher in über
10.000 Märkten in
Deutschland und
Österreich

NH-Aktionswochen 2013

... und
bindet
Partner
aus der
Industrie
mit ein

Trend – Die These einer "Moralisierung der Märkte"¹⁾



Quelle: GfK 2013

¹⁾ Bezeichnung entnommen von Nico Stehr: Die Moralisierung der Märkte. Suhrkamp: Frankfurt am Main, 2007

Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group

Die 4 Säulen der Nachhaltigkeit



Grüne Produkte

Nachhaltigkeit im Sortiment



Das PRO PLANET-Label

Ziele von PRO PLANET

Förderung des nachhaltigeren Konsums in der Breite

**Orientierungshilfe für den Konsumenten
durch Kennzeichnung von Produkten auf der Verpackung und am POS**

**Sensibilisierung der Konsumenten
durch einfache Erklärung von Nachhaltigkeitsthemen**

**Glaubwürdigkeit und Vertrauen
durch Bereitstellung transparenter Informationen und Einbindung von Experten**



Energie, Klima und Umwelt

Handlungsfelder

Konzentration auf drei zentrale Handlungsfelder:

- Erhöhen der Energieeffizienz
- Senken klimarelevanter Emissionen (Klimaziel: REWE Group reduziert bis 2015 die spezifischen THG-Emissionen ggü. dem Jahr 2006 um 30 %)
- Schonen von Ressourcen

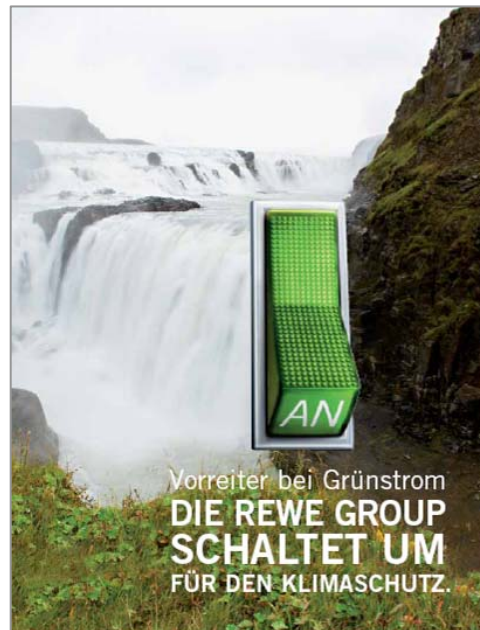
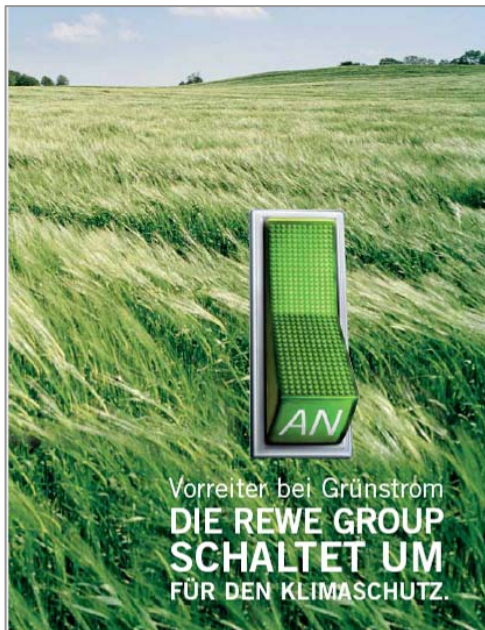


Energie, Klima und Umwelt

Grünstrom

Bei der REWE Group hat die Energiewende bereits stattgefunden!

Die rund 6.000 Märkte und Reisebüros in Deutschland beziehen bereits seit 2008 ausschließlich Grünstrom. Ebenso werden alle BILLA-, MERKUR-, PENNY- und BIPA-Märkte in Österreich mit Grünstrom betrieben.



Mitarbeiter

Nachhaltiges Personalmanagement unter Berücksichtigung des demografischen Wandels

Gesundheitsmanagement	Personalentwicklung Talentmanagement	Lebensphasenorientierte Personalpolitik	Diversity Management/ Unternehmenskultur	Recruiting
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesundheitsförderung ▪ Arbeitssicherheit ▪ Arbeitsmedizinische Betreuung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausbildung ▪ Talententwicklung ▪ Führungskräfteentwicklung ▪ Karriere-Nachfolge-Planung ▪ Verzahnung mit HR und IT ▪ Talentvernetzung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elternschaft ▪ Pflege ▪ Lebens- und Arbeitssituation des Partners ▪ Private Weiterbildung ▪ Kritische Ereignisse (z.B. Krankheit, Verschuldung, Trennung) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Generation Mainstreaming ▪ Work-Life-Balance ▪ Gender-Balance ▪ Cultural Mainstreaming ▪ Disability Mainstreaming 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbeitgeberattraktivität ▪ Personalmarketing

Gesellschaftliches Engagement

Lebensmittelabgaben



Bildung für Gesunde Ernährung und Nachhaltigeren Konsum



Dachkampagne „Hallo Erde“

Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen an Verbraucher



DIE NACHHALTIGKEITS-
WOCHEN DER
REWE 

**FÜR UNS STEHT
ZUKUNFT GANZ OBEN.**

Machen Sie mit bei den **REWE Group Nachhaltigkeitswochen** – und die Erde ein wenig besser!

Informieren Sie sich jetzt auf www.halloerde2012.de über alle Aktionen, die während der Nachhaltigkeitswochen in unseren Märkten und Reisebüros stattfinden!

HELLEN SIE UNS ZU HELFEN!
REWE und toom spenden 50 Cent an die SOS Kinderdörfer für jedes vom 20.08.2012 bis 06.10.2012 verkaufte Sammelalbum „Unsere Erde – Deine Abenteuer-Weltreise“.

FÜR EINE GRÜNE ZUKUNFT!
toom Baumarkt spendet vom 27.08.2012 bis 01.09.2012 für jede verkaufte Pflanze, die in der Werbung mit der Cent-Blume gekennzeichnet ist, 10 Cent pro Euro an die Aktion „Grüne Kindergärten“.

toom 

Weitere Aktionen bei:
REWE nahkauf toom PENNY toom ProMarkt    

Soziale Verantwortung



DIE NACHHALTIGKEITS-
WOCHEN DER
REWE 

**UNSER KLIMA
LÄSST UNS NICHT KALT.**

Machen Sie mit bei den **REWE Group Nachhaltigkeitswochen** – und die Erde ein wenig besser!

Wer das Klima unserer Erde bewahren will, geht mit gutem Beispiel voran. Bei der REWE Group hat die Energiegewende bereits stattgefunden: Seit 2008 beziehen über 6.000 Märkte und Reisebüros 100 % Grünstrom. Setzen auch Sie ein Zeichen und entscheiden Sie sich z. B. für regionale und saisonale Produkte aus unserem Sortiment. Weitere Tipps für Ihren klimafreundlichen Einkauf auf www.halloerde2012.de

Sie möchten noch mehr für unsere Erde tun? Auf unserer Internetseite finden Sie alle Informationen zu unseren Nachhaltigkeitswochen und sämtlichen Aktionen, die ab dem 27.08.2012 in unseren Märkten und Reisebüros stattfinden.

REWE nahkauf toom PENNY toom ProMarkt    

Klima- und Ressourcenschutz



DIE NACHHALTIGKEITS-
WOCHEN DER
REWE 

**FÜR UNSERE MEERE
MACHEN WIR DIE WELLE.**

Machen Sie mit bei den **REWE Group Nachhaltigkeitswochen** – und die Erde ein wenig besser!

Wer die Artenvielfalt der Meere bewahren will, geht mit gutem Beispiel voran. Daher setzen wir bei der REWE Group auf ein Fischsortiment, das die Bestände schont, und bieten viele Fischarten erst gar nicht an. Denn Nachhaltigkeit nehmen wir ernst – und zwar im gesamten Sortiment. Setzen auch Sie durch Ihre bewusste Entscheidung für nachhaltigere Produkte ein Zeichen!

Sie möchten noch mehr für unsere Erde tun? Auf www.halloerde2012.de finden Sie alle Informationen zu unseren Nachhaltigkeitswochen und sämtlichen Aktionen, die ab dem 27.08.2012 in unseren Märkten und Reisebüros stattfinden.

REWE nahkauf toom PENNY toom ProMarkt    

Biodiversität

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**