

Innerhalb der vier Nachhaltigkeitssäulen hat die REWE Group Handlungsfelder definiert, die alle für das Unternehmen relevanten Themen abdecken. Diese wurden im Berichtszeitraum erneut geschärft. Basis dafür war eine Wesentlichkeitsanalyse, wie sie auch von den neuen Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI G4) gefordert wird. Sie verknüpft die externe und die interne Perspektive, um sich auf jene Themen konzentrieren zu können, in denen die Anforderungen oder die Einflussmöglichkeiten besonders groß sind.

Im Dialog mit den Stakeholdern

Die REWE Group steht mit ihren Stakeholdern in einem kontinuierlichen Austausch – neben direkten Gesprächen und Konsumentenbefragungen sind die jährlichen Dialogforen als zentrales Instrument in der Nachhaltigkeitsstrategie verankert, um wichtige Themen mit Stakeholdern gezielt zu diskutieren. Dieses Format findet seit 2010 zu unterschiedlichen Schwerpunkten statt. Im Jahr 2013 veranstaltete die REWE Group drei Dialogforen zu den Themen Ressourcenschonung, Tier- und Pflanzenwelt und soziale Verantwortung. Im Jahr 2014 stand die Zukunft des nachhaltigen Konsums im Mittelpunkt (**mehr dazu**). Die Ergebnisse dieser Veranstaltungen werden von der REWE Group dokumentiert und fließen in die Fortentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie ein. Ein weiterer fester Bestandteil des Stakeholderdialogs sind die ebenfalls jährlich stattfindenden Nachhaltigkeitswochen. Diese richten sich in erster Linie an die Kunden der REWE Group, die durch Aktionen in den einzelnen Vertriebslinien auf Nachhaltigkeitsthemen aufmerksam gemacht werden. Zu den wesentlichen Stakeholdergruppen, mit denen das Unternehmen im Austausch steht, zählen Lieferanten, Konsumenten, Politik, Behörden, Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen, aber auch die eigenen Mitarbeiter, Führungskräfte und die selbstständigen Partnerkaufleute.

Stakeholder der REWE Group



Stakeholderbefragung 2014

Ein repräsentativer Querschnitt aus den Stakeholdergruppen wurde Ende 2014 als Basis für die Nachjustierung der Materialitätsmatrix in persönlichen Interviews zu ihren Anforderungen, Einschätzungen und strategischen Empfehlungen befragt. Ergänzend dazu wurde eine Online-Befragung mit 115 Teilnehmern durchgeführt.

Große Anerkennung gab es für die Vorreiterrolle der REWE Group in der Branche, die auch andere zum Nachziehen inspiriert habe. Deshalb dürfe man nun nicht nachlassen. Mutiger sein, aktiver, breiter und emotionaler kommunizieren, war eine häufig genannte Empfehlung. Das Engagement in Sachen Eigenmarken wurde sehr gelobt, aber auch Mindeststandards für das gesamte Sortiment gefordert. Trotz der wünschenswerten Fokussierung auf Grüne Produkte und das nachhaltigere Eigenmarkensortiment werden auch die anderen drei Säulen als relevant für eine gesamthaft nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens erachtet. Wichtig dabei: Nicht nur Best Practice zeigen, sondern darstellen, wie die Ansätze in die Fläche kommen. Mehr Aktivitäten gewünscht werden in den Bereichen Baumärkte und Tourismus. Themen, die künftig nach Einschätzung der Stakeholder eine höhere Bedeutung erlangen würden, sind: Kooperationen mit Lieferanten, Regionalität, Ernährung, Tierwohl, Verpackung und Kreislaufwirtschaft.

Relevanz aus Sicht der internen und externen Stakeholder



Wesentlichkeitsanalyse

Aus den Befragungsergebnissen ergab sich eine Rangliste mit 25 prioritären Themen und 13 weniger wichtigen Themen. Zu letzteren zählen verschiedene Mitarbeiterthemen, Themen des gesellschaftlichen Engagements, transparentes Marketing, Zertifizierung und Labels, Abfallmanagement, nachhaltigere Verpackung sowie Biodiversität. Diese Bewertung wurde in den Projektgruppen der REWE Group intensiv diskutiert. Daraus ergab sich für alle Themen, dass sie für das weitere Engagement des Konzerns sowie auch für die Berichterstattung wesentlich sind. Einzige Ausnahme ist der Aspekt Biodiversität: Innerhalb der eigenen Betriebsgrenzen ist er nicht wesentlich. Relevant ist das Thema allerdings in der Lieferkette und wird auch im Zusammenhang mit dieser erfasst und berichtet.

Im März 2015 hat der PRO PLANET-Beirat, in dem Vertreter unterschiedlicher NGOs vertreten sind, die Ergebnisse begutachtet und ihnen zugestimmt. Abschließend wurde die Wesentlichkeitsanalyse im Nachhaltigkeitsstrategiekreis der REWE Group unter Vorsitz des Vorstands Manfred Esser diskutiert und verabschiedet. Für den Nachhaltigkeitsbericht 2013/2014 der REWE Group erfolgte eine entsprechende Zuordnung der zu berichtenden Indikatoren.

WEITERE INFORMATIONEN IM GRI-BERICHT