

Umsetzungsplan | Bio-Ziel

01 Zielformulierung



Strategische Ziele

REWE und PENNY in Deutschland verfolgen das Ziel, ihr Angebot an Bio-Produkten zu erweitern.

REWE verfolgt das Ziel, das Angebot an Bio-Produkten kontinuierlich auszubauen und bis 2030 den höchsten Bio-Umsatzanteil im deutschen Lebensmitteleinzelhandel zu erzielen. Gleichzeitig sollen die Anzahl der Bio-Artikel sowie die Zusammenarbeit mit anerkannten Bio-Verbänden weiter ausgebaut werden.

Messbare Zielgrößen

KPI	Status 2025
Bio-Produkte-Anteil ¹ am Verkaufswert-Netto unserer Bio Eigenmarken und Herstellermarken am Verkaufswert Netto Eigenmarken und Herstellermarken ^{2,3}	8,5 %
Bio-Eigenmarken-Anteil ¹ Verkaufswert-Netto unserer Bio Eigenmarken ^{2,3} am Verkaufswert-Netto Eigenmarken	16,5 %
REWE Bio-Anteil ¹ Verkaufswert-Netto von „REWE Bio“ und „REWE Bio pflanzlich“ am Verkaufswert-Netto Eigenmarken ³ bei REWE	18,9 %

¹ Anteile ohne Near und Non-Food, Tabak und alkoholische Getränke.

² Geltungsbereich: REWE und PENNY in Deutschland.

³ Nur Artikel, von denen mehr als 1.000 Stück verkauft wurden.

Anzahl der Bio-Artikel bei REWE ⁴	ca. 3.200 Artikel
Anzahl der Bio-Artikel bei PENNY ⁵	ca. 800 Artikel

02 Zwischenziele und Roadmap

Roadmap bis 2030

REWE verfolgt das Ziel, bis 2030 den höchsten Umsatzanteil mit Bio-Produkten im deutschen LEH zu erreichen. Aufgrund vielfältiger externer Einflussfaktoren werden keine quantitativen Zielwerte für einzelne Jahre festgelegt. Stattdessen wird die Zielerreichung anhand einer kontinuierlichen Steigerung der Bio-Anteile gemessen. Die Entwicklung der vergangenen Jahre zeigt bereits einen positiven Trend in allen relevanten Kennzahlen. Durch den weiteren Ausbau des Bio-Sortiments, die Stärkung der Bio-Eigenmarken sowie eine verbesserte Sichtbarkeit und Verfügbarkeit von Bio-Produkten wird dieser Wachstumspfad konsequent fortgesetzt und jährlich überprüft.

Umgang mit Risiken

Sollten Marktverwerfungen, Rohstoffverfügbarkeiten oder Preisentwicklungen die Zielerreichung beeinträchtigen, werden Sortiments-, Beschaffungs- und Vermarktungsmaßnahmen angepasst und priorisiert.

03 Maßnahmenplan

Ausbau des Bio-Sortiments

Maßnahme	Beitrag
Jährliche Erweiterung des REWE Bio-Sortiments	Steigerung Bio-Umsatz und Kundenreichweite
Ausbau von REWE-Bio pflanzlich	Verbindung von Bio- und Proteinstrategie
Weiterentwicklung des Naturgut-Sortiments bei PENNY	Erhöhung des Bio-Anteils im Discountbereich
Ausbau von Bio-Artikeln in Aktions- und Saisonprogrammen	Erhöhung der Marktdurchdringung

⁴ siehe Fortschrittsbericht REWE Group

⁵ Listung, Aktion und Saisonlistung in 12 Monaten.

Ausbau der Verbands-Bio-Partnerschaften

Maßnahme	Beitrag
Fortführung der Naturland-Partnerschaft	Sicherung hochwertiger, nach Verbandsstandards zertifizierter Bio-Produkte
Ausbau der Kooperationen mit Demeter und Bioland (nur REWE)	Sortimentserweiterung
Erhöhung des Anteils verbandszertifizierter Produkte	Differenzierung im Wettbewerb

Förderung des ökologischen Landbaus

Maßnahme	Beitrag
Bei der Weiterentwicklung unserer Bio-Strategie greifen wir auf die Expertise unseres Kompetenzzentrums Landwirtschaft zurück. Dort arbeiten Fachleute aus der landwirtschaftlichen Praxis, der Wissenschaft und der Wirtschaft sowie weitere Partner entlang der Wertschöpfungsketten zusammen.	Unterstützung regionaler Betriebe
Fortführung „Gemeinsam Boden gut machen“ von REWE mit NABU e. V. zur Unterstützung von Umstellungsbetrieben	Erweiterung ökologischer Anbauflächen
Förderung regionaler Bio-Gewächshausprojekte	Ausbau regionaler Produktion
Förderung langfristiger Lieferpartnerschaften	Versorgungssicherheit

Transparenz und Herkunft

Maßnahme	Beitrag
Bio-Zertifizierung und regelmäßige Audits	Glaubwürdigkeit
Dokumentation definierter Rohwarenherkünfte	Rückverfolgbarkeit
Lieferkettenprüfungen und Zertifikatskontrollen	Verbrauchervertrauen

Vermarktung und Kundenansprache

Maßnahme	Beitrag
Hervorgehobene Platzierung von Bio-Produkten	Absatzsteigerung
Nachhaltigkeitskommunikation am Point of Sale und digital	Bewusstseinsbildung
Verknüpfung von Bio mit regionaler Herkunft	Attraktivität des Sortiments

04 Zugewiesene Ressourcen



Governance

- Gesamtverantwortung:
 - Geschäftsleiter REWE Ware Vollsortiment & Geschäftsführer REWE Group Buying GmbH.
 - Geschäftsleiter PENNY Discount & Geschäftsführer REWE Group Buying GmbH.
- Steuerung durch Einkauf, Eigenmarkenentwicklung, Category Management und Qualitätsmanagement sowie Nachhaltigkeit
- Durchführung regelmäßiger Audits, Zertifikatsprüfungen und Mitarbeiterschulungen zur Sicherstellung der Integrität von Bio-Produkten entlang der Lieferkette.
- Einsatz von Nachhaltigkeits-, Qualitäts- und Einkaufsteams zur Steuerung der Bio-Maßnahmen.
- Zusammenarbeit mit Bio-Verbänden (Naturland, Demeter, Bioland) sowie mit dem NABU e. V. als fachliche Partner.
- Beratung durch den externen Nachhaltigkeitsbeirat.



Finanzielle Ressourcen

- Investitionen in den Ausbau ökologischer Sortimente.

- Aufwendungen für Herkunftssicherung, Kennzeichnung, Audits und Qualitätssicherung.



Organisatorische Ressourcen

- Bei der Weiterentwicklung unserer Bio-Strategie greifen wir seit 2023 auf die Expertise unseres Kompetenzzentrums Landwirtschaft zurück. Dort arbeiten Fachleute eng mit landwirtschaftlichen Betrieben, Erzeugergemeinschaften und weiteren Partnern entlang der Wertschöpfungskette zur Förderung regionaler und ökologischer Wertschöpfung und zur Unterstützung nachhaltiger Landwirtschaft zusammen.

05 Unabhängige Prüfung

Für das Jahr 2027 ist eine erste unabhängige externe Prüfung der Fortschritte bei der Umsetzung dieses Plans und bei der Zielerreichung vorgesehen. Die Prüfung soll durch einen von der REWE Group unabhängigen, fachlich geeigneten und von Interessenkonflikten freien Sachverständigen erfolgen. Die Ergebnisse werden den Verbraucher:innen öffentlich zugänglich gemacht.