

REWE ■ ■
GROUP

TEIL IHRER WELT.



REWE

nahkauf

PENNY.



Lekkerland

toom

BILLA

ADEG

BIPA



Conway

D&R
Touristik

GEMEINSAM FÜR EIN BESSERES *LEBEN*

Die Wünsche und Bedürfnisse der Verbraucher:innen zu erkennen und zu verstehen, ist eine Grundlage für die Arbeit unserer Unternehmensgruppe in allen Geschäftsfeldern. Egal, ob im Supermarkt, beim Discounter, im Baumarkt, im Reisebüro – stationär oder digital – oder bei der Versorgung unterwegs.

In dieser Broschüre geben wir einen Einblick in die Welt der REWE Group und zeigen, wie vielfältig und individuell unsere Formate im Handel und in der Touristik sind.



INHALT

REWE GROUP-PORTRÄT	04
NACHHALTIGKEIT IN DER REWE GROUP	10
DIE MARKEN IM HANDEL	13
DIE MARKEN IN DER TOURISTIK	26
IMPRESSUM	32

IM HANDEL UND IN DER TOURISTIK ZU HAUSE



Als einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Europa ist die REWE Group ein ständiger Begleiter im Leben – egal, ob es um den Einkauf oder die Online-Bestellung von Lebensmitteln, den nächsten Urlaub, die Versorgung unterwegs oder um Heimwerker:innen- und Gartenbedarf geht.

SO VIELFÄLTIG WIE DIE WÜNSCHE UNSERER KUND:INNEN

Die REWE Group ist in 21 europäischen Ländern mit insgesamt 15.550 Märkten und Reisebüros vertreten und beschäftigt rund 380.000 Mitarbeiter:innen. Allein in Deutschland arbeiten in rund 10.500 Märkten und an den Zentralstandorten 280.000 Mitarbeiter:innen, davon rund 10.300 junge Menschen, die ihre Ausbildung oder ein Studium bei der REWE Group absolvieren. Ausbildungen und Duale Studiengänge bietet die REWE Group in Deutschland in 43 Berufen sowohl im Bereich Handel (inkl. IT) als auch in der Touristik an. Wöchentlich kaufen über 73 Millionen Kund:innen europaweit in den Märkten und Reisebüros des Unternehmens ein.

Einschließlich der Umsätze der selbstständigen REWE-Kaufleute erzielte die REWE Group im Geschäftsjahr 2021 einen Gesamtaußenumsatz von 76,5 Milliarden Euro. Mit über 54 Milliarden Euro erwirtschaftete das Unternehmen über 70 Prozent des Umsatzes in Deutschland.

15.550

Märkte und
Reisebüros



DIE ZUKUNFT FEST IM BLICK

Bereits 1927 wurde die REWE (Revisionsverband der Westkaufgenossenschaften) von 17 Einkaufsgenossenschaften gegründet. Ziel war es damals, den Einkauf von Lebensmitteln gemeinsam zu organisieren. Daraus entstanden ist eine genossenschaftliche Unternehmensgruppe, deren Identität von Werten wie Solidarität, Zusammenarbeit und Zusammenhalt sowie den Prinzipien der Nachhaltigkeit geprägt ist. Noch heute sind die rund 1.800 selbstständigen REWE-Kaufleute Herzstück und Impulsgeber der Entwicklung des Unternehmens. Über 90 Jahre nach der Gründung hat sich die REWE Group zu einer erfolgreichen Unternehmensgruppe entwickelt.

Die REWE Group stellt sich auf die sich wandelnden Bedürfnisse der Kund:innen ein und arbeitet im Handel und in der Touristik daran, ihnen das beste Einkaufserlebnis zu bieten – stationär wie online. Sie ist Branchenvorreiter beim E-Commerce mit Lebensmitteln und treibt die Digitalisierung all ihrer Geschäftsmodelle mit hohen Investitionen voran – mit leistungsstarken und engagierten Kaufleuten, Manager:innen und Mitarbeiter:innen in allen Bereichen und auf allen Ebenen des Unternehmens.

FORMATE DER REWE GROUP

Die Formate der REWE Group sind so vielfältig wie die Wünsche und Bedürfnisse der Kund:innen. Im Lebensmittelhandel betreibt die REWE Group Supermärkte mit frischen Lebensmitteln und Artikeln des täglichen Bedarfs (REWE, nahkauf, BILLA, ADEG), großflächige Verbrauchermärkte mit einem umfassenden Sortiment

(REWE CENTER, BILLA PLUS) und Discounter (PENNY, PENNY Market), die sich durch ein preisgünstiges Angebot auszeichnen. Hinzu kommen innovative Convenience-Märkte (REWE To Go) und E-Commerce-Aktivitäten.

76,5 Mrd.

Gesamtaußenumsatz
REWE Group 2021



Handelskompetenz besitzt die REWE Group aber nicht nur im Lebensmittelbereich. Auch Fachmärkte sind Teil ihres Formatportfolios.

In Deutschland betreibt die REWE Group serviceorientierte Baumärkte (toom Baumarkt) und Baumärkte für preissensitive Heimwerker:innen (B1 Discount Baumarkt). Neben Lebensmittel- und Baumärkten gehören auch die Produktionsbetriebe Glocken Bäckerei und die Qualitätsmetzgerei Wilhelm Brandenburg zum REWE Group-Portfolio. Sie stellen hochwertige Eigenmarkenprodukte für die REWE- und PENNY-Märkte her.

Seit 2020 gehört die Lekkerland Gruppe zur REWE Group. Die Gruppe beliefert Tankstellenshops, Kioske, Convenience-Stores, Bäckereien, den Lebensmitteleinzelhandel und Quick-Service-Restaurants.

REWE GROUP UND IHRE INTERNATIONALEN MÄRKTE

Seit den 1990er-Jahren ist die REWE Group in Zentral- und Osteuropa erfolgreich. Heute ist das Unternehmen im Lebensmittelhandel außerhalb Deutschlands in 12 Ländern Europas aktiv. Knapp 30 Prozent ihres Gesamt-außenumsatzes erwirtschaftet die REWE Group im Ausland. Österreich ist der umsatzstärkste Auslandsmarkt. Dort ist die REWE Group im Lebensmittelhandel mit BILLA-Supermärkten, BILLA PLUS Verbrauchermärkten und PENNY-Discountmärkten aktiv. Hinzu kommen BIPA-Drogerien sowie die Märkte selbstständiger ADEG-Kaufleute.

In den übrigen Ländern ist die REWE Group mit folgenden Filialen vertreten: BILLA in Bulgarien, der Slowakei und Tschechien, PENNY in Italien, Rumänien, Tschechien und Ungarn sowie BIPA in Kroatien und IKI in Litauen. Zudem ist die Gruppe in den Niederlanden mit Lekkerland und in den Ländern Belgien und Spanien unter dem Namen Conway vertreten.

DER TOURISTIK GROUP: DAS EUROPÄISCHE EXPERT:INNENNETZWERK

Die REWE Group ist seit 1988 in der Touristik aktiv. Unter ihrem Dach agiert heute einer der führenden Reisekonzerne in Europa – die DER Touristik Group. Sie ist auf Internationalisierungskurs und hat ihre Geschäftsaktivitäten in den letzten Jahren weiter ausgebaut, beispielsweise durch den Kauf der Kuoni Veranstalter und Vertriebsaktivitäten 2015.

Auch das Netzwerk der eigenen Zielgebiets-agenturen ist gewachsen und steht für die Gästebetreuung vor Ort. Zuletzt expandierte die DER Touristik Group im osteuropäischen Markt durch den Kauf von Travel Brands in Rumänien und Fischer in Tschechien. Seitdem gehören über 20 Veranstalter – darunter Marken wie DERTOUR, ITS, Kuoni, Apollo oder Exim Tours – sowie rund 30 Spezialisten im Premiumsegment und für bestimmte Zielgruppen zur Reisesparte der REWE Group.

Mit ihrem eigenen Reisevertrieb, zu dem die Vertriebsstellen von DERTOUR, DERPART und die Reisebüropartner des DER Touristik Partner-Service zählen, hat die DER Touristik den größten konzerngebundenen Vertrieb in Deutschland. Das Vertriebsgeschäft in der Schweiz, Großbritannien und Frankreich ist mit Reisebüros von Kuoni vertreten, in Osteuropa mit DERTOUR und Fischer Reisebüros. Insgesamt betreibt die DER Touristik Group europaweit rund 2.300 Reisebüros. Wer sich seinen Reisewunsch im Internet erfüllt, findet auf Portalen wie dertour-reisebuero.de, Prijsvrij Vakanties oder lastminute.ch zahlreiche Angebote. Sieben Hotelmarken sind weitere Standbeine der DER Touristik Group.

DIE DIGITALEN GESCHÄFTSMODELLE DER REWE GROUP

Mit den Technologietöchtern fulfillmenttools und paymenttools begleiten wir Kundinnen und Kunden entlang einer Vielzahl von Stationen entlang der Omnichannel Customer Journey. Von der intelligenten Verteilung von Online-Bestellungen an Fulfillment Centern, Filialen oder direkt zur Übergabe an Versanddienstleister bis zur Abwicklung des Bezahlvorganges. Was uns von anderen unterscheidet: Kaum ein anderes Unternehmen in Deutschland bietet sein komplettes und bewährtes Omnichannel-Ökosystem auch dritten Marktteilnehmern an.

fulfillmenttools

by REWE digital

In Köln aus dem Innovationshub der REWE digital gegründet und mit der Erfahrung durch die eFood-Marktführer REWE Liefer- und Abholservice ausgestattet, steht fulfillmenttools Handelsunternehmen aller Branchen zur Verfügung und deckt alle Warengruppen und alle Liefer- und Abholmodelle ab. Die Plattform verbindet eCommerce und Filialnetzwerk und unterstützt dabei alle Schritte digital – von Order-Eingang bis Versand oder Übergabe an den Kund:innen inklusive Retouren. So schafft fulfillmenttools für Händler effizientere (In-Store-) Fulfillment-Prozesse, bessere Ressourcenauslastung sowie flexiblere Reaktionsmöglichkeiten auf Marktänderungen. Gleichzeitig können sie ihren Kund:innen ein perfektes Omnichannel-Shopping-Erlebnis bieten. Technologisch stützt sich die cloud-basierte SaaS-Lösung auf eine State-of-the-Art Software-Architektur – dies macht sie schnell und schrittweise implementierbar, reibungslos skalierfähig und problemlos auf die Bedürfnisse moderner Händler anpassbar. [fulfillmenttools.com](https://www.fulfillmenttools.com)

paymenttools

Als Zahlungsdienstleister bietet Paymenttools den Einzelhändler:innen nicht nur Zugang zu den Bezahlverfahren, die er/sie für sein heutiges Geschäft brauchen, sondern auch zu denen, die für das Geschäft von morgen notwendig sein werden. Zahlungen sollten nahtlos, einfach und schnell sein – deshalb wickelt Paymenttools bargeldlose Zahlungen für Händler ab. Dafür stellt Paymenttools die Infrastruktur zur Verfügung und sorgt dafür, dass alle Gelder auf einfache Weise ihr Ziel erreichen, egal ob Girocard oder Kreditkarten wie VISA, Mastercard, American Express oder Payback Pay. [paymenttools.com](https://www.paymenttools.com)

REWE GROUP – KENNZAHLEN 2021

REWE Group¹		2021
Gesamtaußenumsatz	Mrd. €	76,45
davon in Deutschland	Mrd. €	54,12
Anzahl der Märkte und Reisebüros		15.554
davon in Deutschland		10.492
Anzahl Beschäftigte		379.007
davon in Deutschland		280.232
Selbstständiger Einzelhandel		
Umsatz	Mrd. €	18,96
davon in Deutschland	Mrd. €	18,52
Anzahl der belieferten Märkte		6.343
davon in Deutschland		5.951

REWE-Konzern		2021
Konzernumsatz ^{2, 3, 4}	Mrd. €	69,36
Außenumsatz Geschäftsfelder		
Handel Deutschland	Mrd. €	35,03
Handel International	Mrd. €	15,65
Convenience	Mrd. €	13,66
Baumarkt	Mrd. €	2,35
Touristik	Mrd. €	2,04
Sonstige ⁵	Mrd. €	0,62

¹ REWE-Konzern sowie At-Equity-Gesellschaften, Beteiligungen und selbstständiger Einzelhandel

² Aus fortgeführtem Geschäft

³ Nach IFRS

⁴ Ohne Berücksichtigung der At-Equity-Gesellschaften, Beteiligungen sowie des selbstständigen Einzelhandels

⁵ Vorjahreszahlen angepasst aufgrund eines aufgegebenen Geschäftsbereichs

⁶ Bei dem ausgewiesenen Umsatz handelt es sich um Außenumsätze der Konzern-Zentralen sowie der Segmente EHA und IT

Stand: Juni 2022

REWE GROUP – AUF EINEN BLICK 2022

AUF EINEN BLICK

HANDEL DEUTSCHLAND



HANDEL INTERNATIONAL



CONVENIENCE



BAUMARKT



TOURISTIK



SONSTIGE



AUSLAND

BELGIEN CONWAY, KONING AAP · **BULGARIEN** BILLA · **DÄNEMARK** APOLLO · **FINNLAND** APOLLO · **FRANKREICH** KUONI · **GROSSBRITANNIEN** KUONI · **ITALIEN** PENNY · **KROATIEN** BIPA · **LITAUEN** IKI · **NIEDERLANDE** LEKKERLAND, PRIJSVRIJ VAKANTIES · **NORWEGEN** APOLLO · **ÖSTERREICH** BILLA, PENNY, BIPA, ADEG, DERTOUR, MEIERS WELTREISEN, BILLA REISEN · **POLEN** DERTOUR, MEIERS WELTREISEN, EXIM TOURS · **RUMÄNIEN** PENNY, DERTOUR · **SCHWEDEN** APOLLO · **SCHWEIZ** KUONI, HELVETIC TOURS, ITS COOP TRAVEL · **SLOWAKEI** BILLA, DERTOUR, MEIERS WELTREISEN · **SPANIEN** CONWAY · **TSCHECHIEN** BILLA, PENNY, DERTOUR, MEIERS WELTREISEN, EXIM TOURS, FISCHER GROUP · **UNGARN** PENNY, DERTOUR, MEIERS WELTREISEN

HANDELN FÜR EIN BESSERES LEBEN



DIE VIER SÄULEN DER NACHHALTIGKEIT

Verantwortliches Handeln im Sinne der Gemeinschaft ist für die genossenschaftlich organisierte REWE Group Bestandteil der Unternehmenskultur. Die REWE Group ist überzeugt: Langfristig kann das Unternehmen nur weiter wachsen, wenn es Ressourcen schont, mit Mitarbeiter:innen und Partner:innen fair und vertrauensvoll umgeht sowie einen Beitrag für die Gesellschaft leistet.

Das konzernweite Nachhaltigkeitsmanagement basiert auf einem Vier-Säulen-Modell: „Grüne Produkte“, „Energie, Klima und Umwelt“, „Mitarbeiter:innen“ und „Gesellschaftliches Engagement“.



GRÜNE PRODUKTE

Unter die Säule „Grüne Produkte“ fallen die Handlungsfelder Mensch, Tier, Umwelt und Ernährung. Die REWE Group setzt sich für Klimaschutz in der Lieferkette und die Verbesserung von sozialen und ökologischen Standards ein. Die Gestaltung von nachhaltigeren Sortimenten ist in der Säule „Grüne Produkte“ ebenso von Bedeutung wie die Förderung des Konsums nachhaltigerer Produkte und Dienstleistungen.

ENERGIE, KLIMA UND UMWELT

Die Säule „Energie, Klima und Umwelt“ umfasst die Bereiche Energieeffizienz, klimarelevante Emissionen und Ressourcenschonung. Strategisches Ziel ist es, einen aktiven Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz zu leisten beziehungsweise die Belastungen für Klima und Umwelt so gering wie möglich zu halten. Die REWE Group befasst sich hierbei mit

umweltrelevanten Aktivitäten, die im eigenen Geschäftstätigkeitsbereich liegen. Das Unternehmen ist bestrebt, die Ressourcen sparsam zu nutzen und den Einsatz von recycelten und nachhaltigeren Materialien zu erhöhen. So z. B. auch beim REWE Green Building-Konzept, bei dem energieeffiziente Technik, beste Dämmung, nachhaltigere Baustoffe und regenerative Energien zum Einsatz kommen.

MITARBEITER:INNEN

Für die Säule „Mitarbeiter:innen“ definiert die REWE Group die Handlungsfelder Werte und Kultur, Ausbildung und Entwicklung, Gesundheit und Sicherheit, Beruf und Lebensphasen sowie Vielfalt und Chancengleichheit. Die REWE Group setzt sich in diesem Sinne u. a. für eine faire Entlohnung, zusätzliche betriebliche Leistungen über den Tariflohn hinaus, flexible Arbeitszeitmodelle, die sich an die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen anpassen und individuelle Angebote, die die Balance von Beruf und Privatleben erleichtern, ein.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Die vierte Säule „Gesellschaftliches Engagement“ beinhaltet die Handlungsfelder bewusste Ernährung und Bewegung, Chancen für Kinder und Jugendliche, einen bewussten Umgang mit Lebensmitteln sowie Artenvielfalt und Umweltschutz. Bei REWE liegt ein Schwerpunkt auf dem Handlungsfeld „Bewusste Ernährung und Bewegung“, bei PENNY auf den Themen „Reduktion von Lebensmittelverschwendung“ und „Chancengleichheit“. In der Touristik setzt sich das Unternehmen für eine Verbesserung der sozialen Lebensverhältnisse in den Urlaubsgebieten ein.

[rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de](https://www.rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de)



RESSOURCEN SPAREN. UMWELT SCHONEN.

Die umweltfreundlichere Gestaltung von Verpackungen hat die REWE Group in einer übergreifenden Strategie verankert. Der Konzern strebt an, Verpackungen, wo es möglich ist, zu vermeiden, zu reduzieren oder umweltfreundlicher zu gestalten. Bis Ende 2030 sollen sämtliche Eigenmarken-Verkaufsverpackungen sowie Serviceverpackungen bei REWE, PENNY und toom Baumarkt hinsichtlich ihrer Umweltfreundlichkeit optimiert werden. Dabei setzt die REWE Group auf alternative Verpackungsmöglichkeiten wie Graspapier, Mehrwegfrischenetze sowie Klebebänderolen oder Klebeetiketten statt Folienverpackung. Obst und Gemüse werden auch unverpackt angeboten. Als erster Lebensmittelhändler hat die REWE Group Eigenmarken-Getränkeflaschen aus 100 Prozent Rezyklat eingeführt.

ZERTIFIZIERTER ARBEITGEBER

Für immer mehr Mitarbeiter:innen wird die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zum entscheidenden Faktor bei der Wahl ihrer Arbeitsstelle. Die REWE Group engagiert sich deshalb für eine vorausschauende und lebensphasenorientierte Personalpolitik. Mit Erhalt des Zertifikats „audit berufundfamilie“ im Jahr 2011 hat das Unternehmen einen nachprüfbar und systematischen Weg eingeschlagen, um die zentralen Lebensbereiche „Beruf“ und „Familie“ konsequent vereinbar zu machen und eine familienbewusste Personalpolitik fest in der Unternehmenskultur zu verankern.

TIERWOHL: FÜR EINE ARTGERECHTE TIERHALTUNG

Als Lebensmittelhändler spielen Erzeugnisse aus der Nutztierhaltung eine bedeutende Rolle für uns. Wir nehmen unsere Verantwortung als REWE Group sehr ernst, bei tierischen Produkten wie Fleisch, Eiern oder Molkereiprodukten eine artgerechte Nutztierhaltung zu fördern und aktiv mitzugestalten. Deshalb engagieren wir uns in vielfältigen Initiativen für mehr Tierwohl und haben klare Anforderungen an eine nachhaltigere Erzeugung von Produkten tierischen Ursprungs formuliert. Durch die enge Zusammenarbeit mit Geschäftspartner:innen, Wissenschaftler:innen und Nichtregierungsorganisationen konnten wir bereits branchenweite Verbesserungen anstoßen.

Unser übergeordnetes Ziel bei REWE & PENNY:

- Bis spätestens Ende 2030 sollen 100% des Eigenmarken-Frischfleischsortiments bei Schwein, Rind und Geflügel aus Haltungsfarmstufe 3 und 4 stammen

Zwischenziele:

- Seit Ende 2021 werden alle Eigenmarken-Frischeier der REWE Group frei von Küken-töten produziert
- Bis Ende 2025 sollen 100% der Eigenmarken-Trinkmilch mind. aus Haltungsfarmstufe 2 und bis Ende 2030 mind. aus Haltungsfarmstufe 3 stammen

HANDEL DEUTSCHLAND

**REWE: EIN MARKT,
ALLE MÖGLICHKEITEN**

Gesunde und hochwertige Produkte Tag für Tag – das erwartet die Kund:innen in den rund 3.700 REWE-Märkten in Deutschland. Im klassischen REWE-Markt finden Kund:innen auf Verkaufsflächen von vorwiegend 500 bis 3.500 Quadratmetern je nach Größe 9.000 bis 40.000 Artikel. Mit ihren REWE-Eigenmarken bietet REWE Produkte höchster Qualität auch unter eigenem Namen.

Neben dem „klassischen“ REWE-Markt gibt es REWE CENTER- und nahkauf-Märkte. Außerdem können Kund:innen im REWE-Shop Lebensmittel online bestellen, liefern lassen oder im REWE Abholservice-Markt vor Ort abholen.



REWE CENTER macht Genusswelten erlebbar. Der Verbrauchermarkt verbindet eine riesige Lebensmittelauswahl mit einem innovativen Gestaltungskonzept. Das Ergebnis ist ein besonderes Einkaufserlebnis. Große Servicetheken mit Bedienung sowie attraktive Non-Food-Sortimente runden die Angebotsvielfalt ab.

Auf einer Verkaufsfläche von 3.500 bis über 6.000 Quadratmetern führen REWE CENTER rund 40.000 Artikel. Darüber hinaus beinhaltet das Format auch Großflächenmärkte mit mehr als 8.000 Quadratmetern, 60.000 Artikeln, integrierter Gastronomie sowie speziellen Services.



40.000

Artikel
REWE CENTER



REWE ist der erste Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland, der einen Online-Shop mit einem Abhol- und Lieferservice kombiniert. Über den Online-Supermarkt von REWE ist der Wocheneinkauf mit wenigen Klicks getätigt – und das rund um die Uhr.

Seit 2011 können Kund:innen auf shop.rewe.de ihre Einkäufe bestellen und mit dem **REWE LIEFERSERVICE** bequem in mittlerweile 75 Städte und Umland bis an die Haustür liefern lassen. Das Angebot von im Schnitt etwa 12.000 verschiedenen Artikeln umfasst das der REWE Supermärkte mit u. a. Obst, Gemüse, Molkeprodukten, Tiefkühlkost, Fleisch- und Wurstwaren, Getränken und Drogerieartikeln.

An bundesweit über 1.500 **REWE ABHOLSERVICE-MÄRKTEN** sowie an ersten Abholstationen können sich Kund:innen ihre zuvor per Maus-klick bestellten Waren in Minutenschnelle abholen. rewe.de



PENNY – NACHHALTIG, NAH UND UNKONVENTIONELL

PENNY ist der Discounter mitten im Leben der Menschen und bietet in rund 2.140 Märkten qualitativ hochwertige Produkte, ein kund:innennahe Sortiment mit einem großen Frische-Angebot und immer günstigen Preisen.



„Erstmal zu Penny“, so lautet der Claim des Discounters in Deutschland. Gute Erreichbarkeit, kundenfreundliche Öffnungszeiten – zum Teil bis 23 Uhr – und eine große Auswahl bedarfsgerechter Eigenmarken, wie z. B. „Naturgut“ mit vielen innovativen Bio-Produkten oder die vegane Dacheigenmarke „Food For Future“, bieten den Kund:innen ein Höchstmaß an Flexibilität und Komfort im Discount.

Als erster deutscher Discounter testet PENNY mit Bringoo einen Lieferservice im Raum Köln, Berlin und Hamburg. [penny.de](https://www.penny.de)



NAHKAUF: NAHVERSORGER DER REWE

Die kleinflächigen nahkauf-Märkte zeichnen sich durch eine regionale Produktauswahl und eine persönliche Beratung durch die jeweiligen selbstständigen Kaufleute aus. Die Märkte belegen Verkaufsflächen von 400 bis 800 Quadratmetern sowohl auf dem Land als auch in City-Lagen.

[nahkauf.de](https://www.nahkauf.de)

KÖLNER WEINKELLER

Der Kölner Weinkeller ist einer der größten Weinhändler für internationale Top-Weine in Deutschland und mehrfach als bester Fachhändler ausgezeichnet. Im historischen Gewölbekeller (von 1937) in Köln lagern auf mehr als 2.000 Quadratmetern etwa 4.000 verschiedene Weine unter perfekten Bedingungen. Auch online können Kund:innen alle Weine des Sortiments bequem zu sich nach Hause bestellen. [koelner-weinkeller.de](https://www.koelner-weinkeller.de)

WEINFREUNDE.DE

Weinfreunde.de ergänzt die Weinkompetenz von REWE auf Fachhandelsebene. Auf der Webseite finden weinbegeisterte Kund:innen einfach und schnell den passenden Wein für jeden Anlass und Geschmack – in einem Sortiment aus rund 1.000 Weinen und Schaumweinen. [weinfreunde.de](https://www.weinfreunde.de)

ZOOROYAL – FÜR TIERE WIE DEINS

Die ZooRoyal Petcare GmbH ist ein Fachhändler für Heimtierbedarf. Gegründet im Jahr 2008 führt ZooRoyal heute eine Produktauswahl von über 10.000 Artikeln in den Bereichen Aquaristik, Hund, Katze, Terraristik, Kleintier, Teich und Vogel. Online und stationär in vielen REWE-Märkten finden Kunden Produkte der exklusiven Marken „ZooRoyal“, „Moon Ranger“, „ZooRoyal Minkas Naturkost“ sowie „ZooRoyal Charlys Naturkost“ und „ZooRoyal Tigroo“. Seit April 2022 begrüßt ZooRoyal Kund:innen auch im stationären ZooRoyal Tierfachmarkt in Norderstedt. [zooroyal.de](https://www.zooroyal.de)



HANDEL INTERNATIONAL



BILLA IN ÖSTERREICH

Mit über 1.200 Märkten ist das Unternehmen mit BILLA, BILLA PLUS, BILLA Corso und dem BILLA Online Shop in ganz Österreich vertreten. BILLA steht für eine breite Sortimentsauswahl mit einer umfangreichen Feinkostabteilung, einem großen Frische-Angebot und einem Schwerpunkt auf österreichischen Produkten. BILLA und Österreich verbindet eine einzigartige Erfolgsgeschichte: Als Pionier im öster-

reichischen Lebensmittelhandel sorgt BILLA dafür, dass täglich Lebensmittel und Produkte zu einem fairen Preis verfügbar sind. Das Angebot umfasst Markenartikel und Eigenmarken, darunter die „Ja! Natürlich“-Bio-Produkte, qualitativ hochwertige Produkte der BILLA-Eigenmarke sowie der Preiseinstiegs-marke „clever“. billa.at

BILLA IN DREI LÄNDERN IN MITTEL- UND OSTEUROPA

Seit 30 Jahren ist das Supermarktformat BILLA im Ausland aktiv und in den drei mittel- und osteuropäischen Ländern Bulgarien, Slowakei und Tschechien vertreten. Dabei setzt BILLA auf Top-Frische, höchstmögliche Qualität und Regionalität, wo immer es geht. Dem starken Wettbewerb zum Trotz, sind die Märkte in diesen Ländern sehr erfolgreich und tragen positiv zum Ergebnis der Gruppe bei.

Eigenmarken wie „BILLA“ oder „clever“ sind dort ebenfalls erhältlich. Marken wie z. B. „BILLA Naše BIO“ („BILLA unser BIO“, in Tschechien) unterstreichen das nachhaltige Bewusstsein und das Bekenntnis zur Regionalität in den BILLA CEE-Ländern.

billa.bg, billa.cz, billa.sk

ADEG: NAHVERSORGER IN ÖSTERREICH

Die treibende Kraft bei ADEG sind die selbstständigen Kaufleute – Unternehmer:innen mit Tradition und Überzeugung, die in ihrer Heimatregion verwurzelt sind. Mit ihrer Erfahrung, ihrer Leidenschaft für Lebensmittel und ihrem besonderen Verständnis für ihre Kund:innen und dem Wissen über regionale Produkte. Sie sind vielseitige und moderne Unternehmer:innen, die ihre Kund:innen täglich mit Engagement willkommen heißen und ihnen ein besonderes

Stück von daheim bieten, weil sie ihre Bedürfnisse, Wünsche und Lebensumstände kennen und bestens verstehen. Zusätzlich zu den ADEG Kaufleuten werden eine Reihe von Kooperationspartnern beliefert – von Tankstellen-Shops verschiedener Mineralölgesellschaften bis hin zu Ethnomärkten. adeg.at



BIPA: DROGERIEFACHHÄNDLER

BIPA ist eine preisstarke, moderne Drogerie für alles rund um Pflege, Schönheit und Wohlbefinden. BIPA bietet seinen Kund:innen mit über 15.000 internationalen Markenartikeln sowie Eigenmarken wie „BI LIFE“, „BI CARE“, „BI HOME“, „BI COMFORT“, „BI STYLED“, „BI KIDS“, „bi good“, „LOOK BY BIPA“ und „BABYWELL“ alles rund um Make-up, Düfte,

Baby-, Körperpflege und Haushalt. Das Unternehmen beschäftigt österreichweit über 4.000 Mitarbeiter:innen in rund 600 Filialen. Auch im E-Commerce ist BIPA mit einem Online-Shop vertreten. In Kroatien bieten über 100 Märkte viel Platz für ein erlebnisreiches Shopping. bipa.at, bipa.hr



IKI: SUPERMÄRKTE IN LITAUEN

IKI betreibt das zweitgrößte Filialnetz in Litauen und bietet ein besonderes Einkaufserlebnis: Eine eigene Bäckerei, eine große Delikatessenproduktion sowie eine eigene Fischverarbeitung stehen für tägliche Frische. Zudem zählt IKI zu den größten Arbeitgebern des Landes und setzt laufend Maßstäbe für Filialmodernisierung und Innovation. So ist IKI der erste Einzelhändler, der in Litauen Self-Service-Kassen eingeführt hat und der erste Einzelhändler im

Baltikum, der in seinen Filialen ein auf künstlicher Intelligenz basierendes, automatisiertes DIP-System (Work Resource Planning) implementiert. iki.lt



PENNY: FRISCHE UND QUALITÄT ZUM BESTEN PREIS

Seit mehr als 25 Jahren ist PENNY auch außerhalb von Deutschland in Europa beliebt und erfolgreich. Kund:innen in Österreich, Italien, Ungarn, Tschechien und Rumänien schätzen das landestypische Sortiment für jeden Geschmack, welches durch wöchentlich wechselnde Angebote ergänzt wird. Rund 1.600 moderne Filialen präsentieren tagtäglich Top-Frische, höchstmögliche Qualität und – wo immer es geht – Regionalität.

In Österreich sind 305 Filialen am Netz, in Ungarn 227 Filialen, in Tschechien ist PENNY mit 399 Filialen sogar Marktführer. In Rumänien ist PENNY mit 301 Filialen aktiv. Schwerpunkt des Discountgeschäfts in Westeuropa ist Italien. Die 404 PENNY-Märkte stellen sich auch dort durch eine regionale Sortimentspolitik auf die

Wünsche der Kund:innen ein. PENNY erweitert permanent sein Filialnetz, indem neue Standorte eröffnet und bestehende Märkte modernisiert werden. Hierbei legt PENNY großen Wert auf eine umweltfreundliche und nachhaltige Gestaltung der Filialen. penny.at, penny.cz, penny.hu, pennymarket.it, penny.ro



CONVENIENCE



LEKKERLAND GRUPPE: SPEZIALISTEN FÜR UNTERWEGSVERSORGUNG

Lekkerland ist der Spezialist für die unterwegsversorgung und bietet in vier Ländern Europas innovative Dienstleistungen, maßgeschneiderte Logistik und ein breites Großhandlssortiment an. Dabei stehen die Bedürfnisse der Kund:in-

nen und der Verbraucher:innen getreu der Unternehmensvision „Your most convenient partner“ im Mittelpunkt. Die Gruppe beliefert Tankstellenshops, Kioske, Convenience-Stores, Bäckereien, den Lebensmitteleinzelhandel und Quick-Service-Restaurants.

Neben Deutschland ist die Lekkerland Gruppe in Belgien, den Niederlanden und Spanien vertreten. In Belgien und Spanien tritt sie unter dem Namen Conway auf. Europaweit betreute Lekkerland im Jahr 2021 rund 74.500 Verkaufspunkte und beschäftigte rund 5.100 Mitarbeiter:innen. Der Umsatz lag 2021 bei 13,7 Milliarden Euro. Das Unternehmen gehört seit 2020 zur REWE Group.

WERTSCHÖPFUNG NACH MASS

Ob internationale oder nationale, filialisierte oder unabhängige, lokal oder regional tätige Handelspartner – mit Lekkerland erhält jeder ein ausgereiftes Gesamtpaket an Leistungen nach Maß, von der Beratung über das Sortiment bis zur Logistik.

REWE TO GO: FAST. FRESH. FOOD.

Das Convenience-Konzept REWE To Go für hoch frequentierte Standorte eignet sich ideal für die unterwegsversorgung – egal, ob am Bahnhof, beim Shopping oder in der Mittagspause. Auf Verkaufsflächen von 100 bis 300 Quadratmetern werden etwa 1.000 Artikel angeboten.

Seit 2016 besteht eine langfristige Kooperation zwischen REWE To Go und Aral. An bis zu 1.000 Aral-Tankstellen soll das Convenience-Vertriebskonzept einziehen. Schon jetzt finden die Kund:innen in rund 700 Aral-Tankstellen die REWE To Go-Shops.

Als Teil dieser Wertschöpfungskette setzt Lekkerland für seine international tätigen Großkunden die Standards in den Sortimenten, der Logistik und IT. Gleichzeitig bietet Lekkerland seinen vielen Tausend selbständigen lokalen und nationalen Kunden eine flexible Partnerschaft. So bietet Lekkerland, ob groß oder klein, passgenaue Services nach Bedarf und ein Maximum an Produkten, Services, Komfort und Zuverlässigkeit.

lekkerland.de, lekkerland.com

REWE To Go kombiniert die Qualität von hochwertigen und frischen Produkten mit den Vorteilen von „to go“. Der Anspruch von REWE To Go: Einfach lecker. Einfach unkompliziert. Und fast rund um die Uhr für die Kund:innen im Einsatz. Egal wann, egal zu welchem Anlass! REWE To Go hat immer eine besondere Auswahl. togo.rewe.de



BAUMARKT



TOOM BAUMARKT: RESPEKT, WER'S SELBER MACHT

Kompetenz, Service und nachhaltiges Produktportfolio: Bei toom Baumarkt finden Heimwerker:innen alles, was sie brauchen, um ihr Selbermach-Vorhaben umzusetzen: Produkte, Services und Tipps rund um Modernisieren, Renovieren und Gestalten. toom unterstützt überall und zu jeder Zeit – ob stationär in einem der rund 300 Märkte bundesweit oder online auf toom.de.

Als kompetenter Partner im Bereich Selbermachen ist es toom ein besonderes Anliegen, Kund:innen zur Umsetzung ihrer Vorhaben und zur kreativen Gestaltung zu motivieren und sie bei der Realisierung ihrer Projekte zu unterstützen. Dies gelingt unter anderem durch fachkundige Beratung und zahlreiche Leistungen wie Farbmischservice, Holzzuschnitt, Geräte- und Transporterverleih und vieles mehr.

Service wird aber nicht nur in den Märkten großgeschrieben, sondern auch in der digitalen Welt auf toom.de, dem Online-Shop und in

der toom App. Im Online-Shop haben Selbermacher:innen die Wahl: Mit Click & Reserve und Click & Collect können sie ihren Einkauf online reservieren und kostenfrei im nächstgelegenen Markt abholen – und das bereits nach einer Stunde. Alternativ liefert toom die Produkte bequem und deutschlandweit bis an die Haustür (Click & Deliver). Und auf toom.de sowie in der toom App bietet das Unternehmen weitere Möglichkeiten, um schnell und einfach durch das umfangreiche Sortiment zu stöbern, Inspirationen und Ratgeberhinweise zu erhalten, attraktive Angebote zu entdecken und alle wichtigen Informationen zum ortsansässigen Markt im Blick zu behalten.

Mit dem neuen Tool der Videoberatung erhalten alle schnelle und kompetente Unterstützung. Frei nach dem Motto „Respekt, wer's selber macht“ können Kund:innen ohne Terminvereinbarung per Videocall einfach über die Website toom.de sowie der toom App anrufen und sich die Profis direkt und gezielt zum Wunschthema per Videoschalt nach Hause holen.

Für toom als bundesweit agierendes Unternehmen und Teil der REWE Group sind auch die Themen Nachhaltigkeit und der schonende Umgang mit den natürlichen Ressourcen ein wichtiger Teil der Unternehmens-DNA. toom nimmt seine Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft besonders ernst und engagiert sich mit zahlreichen Maßnahmen für den

Umwelt- und Klimaschutz. Auf Produktebene strebt toom unter anderem einen steten Ausbau der Kreislaufwirtschaft an, um Ressourcen effektiv einzusetzen, Abfall entsprechend zu verringern oder gar komplett zu vermeiden. So kann toom seinen Kund:innen vor allem mit der Eigenmarke umweltschonendere Alternativen anbieten, die an dem PRO PLANET-Label



für nachhaltigere Produkte erkennbar sind. Mit ausgezeichneter Qualität, nachhaltigeren Produkten und günstigen Preisen überzeugt die toom Eigenmarke außerdem mit dem Dreifachnutzen: „Gut für mich. Gut für die Umwelt. Gut für mein Portemonnaie“. Gleichzeitig kann die Baumarktkette durch ihr Engagement und Produktportfolio auch die Selbermacher:innen für den Klima- und Umweltschutz sensibilisieren und zum Aktivwerden motivieren. [toom.de](https://www.toom.de)

B1 DISCOUNT BAUMARKT: FÜR PREISBEWUSSTE

Die B1 Discount Baumärkte decken in Deutschland mit rund 12.500 Baumarktartikeln nahezu den Komplettbedarf klassischer Baumarktsortimente für die preissensitiven Heim- und Profihandwerker:innen ab, bestehend aus Markenartikeln, aber auch aus preiswerten Eigenmarken. [b1-discount.de](https://www.b1-discount.de)

VIelfalt, die Überzeugt – Das Starke Netzwerk DER TOURISTIK GROUP

TOURISTISCHE VIelfalt UND KOMPETENZ: DER TOURISTIK GROUP

Die DER Touristik Group ist in 16 europäischen Ländern aktiv und vereint unter ihrem Dach eine Vielzahl von Reiseleistungen. Sie steht für die größte Vielfalt im Markt und zählt zu den führenden Reisekonzernen in Europa. Gäste der DER Touristik Group werden rundum begleitet: Sei es bei der Buchung in den Reisebüros oder auf den Onlineportalen, der Reise mit einem Veranstalter oder der Übernachtung in einem Hotel der Gruppe. Vor Ort betreuen Mitarbeiter:innen der eigenen Zielgebietsagenturen die Reisenden.

Die Reisesparte der REWE Group bedient so ihre Kund:innen an verschiedenen Punkten entlang der Reise. Denn Priorität hat, nah an den Kund:innen und für die Gäste präsent zu sein. So können sie sich vom Leistungsversprechen der DER Touristik Group selbst überzeugen. Mit ihrem Expert:innennetzwerk ist die DER Touristik Group ein zuverlässiger und starker Partner, so dass der Reisetraum aller Kund:innen zum perfekten Erlebnis wird.

dertouristik.com



STATIONÄRE MARKEN

Europaweit betreibt die DER Touristik Group rund 2.300 Reisebüros. In Deutschland hat sie mit einem starken Filialnetz sowie Franchise- und Kooperationsbüros den größten konzerngebundenen stationären Vertrieb. Auch in der Schweiz, Großbritannien und Frankreich verfügt die DER Touristik Group mit hochwertigen **KUONI STORES** über ein dichtes Netz an Vertriebsstellen. Hier stehen hervorragender Service und hohes Qualitätsbewusstsein im

Fokus. Reiseberatung und Verkauf am Counter erhalten Kund:innen der Unternehmensgruppe auch in Osteuropa – beispielsweise in einer der **EXIM-**, **DERTOUR Reisebüro-** oder **FISCHER-** Filialen.

In Deutschland ist die DER Touristik mit rund 480 Reisebürofilialen, u. a. der Kette **DERTOUR Reisebüro**, flächendeckend vertreten. Rund 1.800 Reiseexpert:innen beraten ihre Kund:in-



nen wahlweise persönlich in der Filiale, telefonisch, im Chat, per Videocall oder E-Mail sowie online auf www.reise-spezialisten.com. Online-Buchungen sind auf dem Portal www.dertour-reisebuero.de möglich. Im Concept Store in Berlin werden neue, technische Innovationen für die Anwendung in den DERTOUR Reisebüros getestet.

Das Franchisesystem **DERPART** ist eine Reisevertriebsorganisation mit über 40-jähriger Erfahrung. Die mehr als 400 Reisebüros und Firmendienste bieten umfassendes Know-how und ein hochwertiges Sortiment an Angeboten.

Der 2001 gegründete Verbund **DER Touristik Partner-Service (DTPS)** ist die Dachorganisation verschiedener Reisebürokooperationen und des Franchisesystems DER Touristik Partner-Unternehmen. Als solche vertritt der DTPS die Interessen aller Partnerbüros und bietet ihnen entscheidende Marktvorteile durch Unterstützung in den Bereichen Technik, Marketing, Provision und Weiterbildung.



ONLINE-MARKEN

Wer die Produkte der DER Touristik Group im Internet sucht, wird nicht nur auf den Veranstalter-Webseiten wie dertour.de fündig. Mit dertour-reisebuero.de existiert in Deutschland eine starke Online-Vertriebsmarke, die eng mit den DERTOUR Reisebüros und dem DER Touristik-Vertrieb verknüpft ist. Hier wird das Wissen der Reiseexpert:innen für die Kund:innen zugänglich und ein umfassendes Angebot buchbar. In den Beneluxländern zeigt die DER Touristik, wie Veranstaltergeschäft und Online-Welt zusammenpassen: Der Spezialist **YourWay2GO** bringt Fernreise-Ziele und Individualreisende zusammen. Hier stellen sich die Urlauber:innen im Internet ihre Reise selbst zusammen und profitieren dabei vom Spezialwissen der Mitarbeiter:innen. Der Reisespezialist **KONING AAP** bietet Gruppen- und Familienreisen primär über das Internet an und der Online-Reiseanbieter **PRIJSVRIJ VAKANTIES** bietet qualitativ hochwertige Reisen zu günstigen Preisen. In der Schweiz bündelt **LASTMINUTE.CH** kurzfristig verfügbare Pauschalangebote der Reiseveranstalter aus dem Schweizer und dem deutschen Reisemarkt.

VERANSTALTERMARKEN

Individuell, verlässlich, breit aufgestellt – das Credo der DER Touristik Group findet sich in ihrer Markenwelt wieder. So unterschiedlich die Reisewünsche der Kund:innen sind, so maßgeschneidert bedient sie die DER Touristik Group. Möglich machen dies die mehr als 20 Reiseveranstalter unter dem Dach des Konzerns. Dazu zählen unter anderem Marken wie **DERTOUR, JAHN REISEN, ITS, MEIERS WELT-**



REISEN, TRAVELIX, KUONI, HELVETIC TOURS, ITS COOP TRAVEL, BILLA REISEN, APOLLO, EXIM TOURS, und **FISCHER**. Jeder Veranstalter hat dabei sein eigenes Profil, bietet Pauschal- oder Bausteinerreisen an, ist Spezialist für alles Ferne oder konzentriert sich auf Individualreisen. Inspirierende Länder- und Themenkataloge präsentieren die Vielfalt der Reiseangebote für jedes Budget. Vom Wellnesswochenende über den Familienurlaub bis hin zur Schiffsreise – Urlaubsträume werden wahr.

SPEZIALISTEN

Zur DER Touristik Group gehören rund 30 Spezialanbieter, welche die einzelnen Kund:innen im Blick haben und das Besondere möglich machen – im Premiumsegment sowie für ganz bestimmte Zielgruppen. So steht in der Schweiz **MANTA REISEN** als Marktführer für spannende Taucherferien weltweit und hat sich besonders auf die Inseln im Indischen Ozean spezialisiert. **KIRKER** ist in Großbritannien führender Spezialist für luxuriöse Kurztrips und Kulturreisen, die ausgewählte Hotels mit passendem Programm kombinieren. **KONTIKI** ist der führende Schweizer Veranstalter für Skandinavien-Reisen. Von den umfangreichen Produktkenntnissen und der langjährigen Erfahrung vieler weiterer

Spezialisten der DER Touristik Group profitieren auch Kund:innen mit individuellen Vorstellungen von der maßgeschneiderten Südamerikareise, dem Urlaub in der Luxusvilla oder der perfekten Golfreise.

HOTELS UND ZIELGEBIETSAGENTUREN

Das Programm der DER Touristik Group wird von sieben Hotelmarken ergänzt. In Hotels mit hochwertiger Ausstattung, stilvollem Ambiente und liebevollen Details bietet **SENTIDO** erwachsenen Gästen und kleinen Familien „Erholung für alle Sinne“. Die **LTI**-Hotels richten sich primär an erwachsene Gäste mit den Urlaubsmotiven Genuss, Entspannung und Fitness. **ALDIANA** ist Premium-Anbieter im Club-Segment in Europa. Neben dem umfangreichen All Inclusive-Programm in allen Strandclubs bieten die **ALDIANA** Clubs den Gästen vielseitige Sport- und Wellness-Angebote, eine professionelle Kinderbetreuung, Events mit prominenten Partnern sowie Gastronomie und Servicequalität auf höchstem Niveau. **CALIMERA** steht für abwechslungsreichen Familienurlaub. Alle Häuser bieten 4- bis 5-Sterne-Standard, liegen am Strand und bieten ein umfangreiches Alles-inklusive-Konzept, ein abwechslungsreiches Sport- und Unterhaltungsprogramm sowie professionelle Kinderbetreuung. **PRIMASOL** bietet Familienurlaub in den beliebtesten Badezielen rund um das Mittelmeer, auf den Kanaren und am Schwarzen Meer mit einem

hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis. „Genießen, entspannen, zusammen“ ist das Motto der Marke **COOEE**, deren Hotels weltweit mit stylischem Ambiente und entspannter Atmosphäre überzeugen. Als führendes Sport-Resort in Europa bietet das **PLAYITAS RESORT** seinen Gästen eine Vielzahl von Möglichkeiten für ihren Aktivurlaub sowie erstklassige Trainingsanlagen für den Amateur- und Profisport. Der Standort Fuerteventura überzeugt mit einem idealen Klima, das eine ganzjährige Ausübung der meisten Sportarten erlaubt.

Auch vor Ort ist die DER Touristik Group für ihre Gäste da: Mit 74 Büros ist das konzern-eigene Agenturnetzwerk in 29 Ländern präsent – beispielsweise in Asien, den USA und dem Mittelmeerraum. Die Mitarbeiter:innen der Zielgebietsagenturen betreuen Millionen Gäste jährlich von der Ankunft bis zum Abflug am Urlaubsort. Zuletzt expandierte die DER Touristik Group mit Agenturen auf Zypern, Mauritius und in Kambodscha und eröffnete weitere Büros in Griechenland.



REWE FAR EAST – BESCHAFFUNGSORGANISATION IN ASIEN

REWE Far East Ltd. ist die Sourcing- und Beschaffungsorganisation für die Handelsmarken der REWE Group aus Asien. Mit Niederlassungen in Hongkong, Shanghai, Bangkok und Istanbul stärkt die REWE Far East durch die Bündelung der Beschaffung von Food- und Non-Food-Produkten sowie Investitions- und Verbrauchsgütern die strategischen Einkaufsaktivitäten der REWE Group im asiatischen Raum. Um die Qualität der hochwertigen Produkte und die Einhaltung von Standards entlang der Wertschöpfungskette sichern zu können, hat die REWE Far East ein umfassendes, stufenübergreifendes Qualitätssicherungssystem, inklusive Audits, entwickelt und seit Jahren erfolgreich implementiert.

In enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten stellt die REWE Far East vor Ort die Implementierung der hohen Umwelt- und Sozialstandards der REWE Group sicher. Das Corporate Responsibility-Team der REWE Far East unterstützt die Lieferanten dabei, die Nachhaltigkeitsanforderungen entlang der gesamten Lieferkette zu realisieren. Die Logistikabteilung der REWE Far East sichert im gesamten Supply-Chain-Prozess den effizienten und pünktlichen Transport auf Land-, Bahn- und Seeweg ab.

Die REWE Far East ist mit ihrem Team von 140 Mitarbeiter:innen in den Bereichen Merchandising, Qualität, Controlling und Nachhaltigkeit integraler Bestandteil der Beschaffungsstrategie der REWE Group. rewe-fareast.com

EHA – EIN PIONIER DER ENERGIEWENDE

Die EHA Energie-Handels-Gesellschaft ist der Energiedienstleister für Unternehmen mit vielen Standorten. Zum Portfolio zählen die Beschaffung und Lieferung von Grünstrom und Gas, der Messstellenbetrieb mit eigenen intelligenten Systemen, die Analyse der Energiedaten im Rahmen des Energiecontrollings und unsere Beratung für mehr Energieeffizienz und Klimaschutz. Das Ergebnis sind individuelle Lösungen für dauerhafte Verbrauchs- und Kostenreduzierungen, ermöglicht durch den

Einsatz digitaler Technologien. Als nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen übernehmen wir mit vielen Aktivitäten bewusst Verantwortung für Menschen und Umwelt.

Seit 2014 ist EHA ein vollständiges Tochterunternehmen der REWE Group, für die die EHA auch zentraler Ansprechpartner bei Energiethematen ist. Darüber hinaus arbeitet die EHA für viele weitere filialisierte Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen. eha.net

Impressum

Kontakt / Herausgeber: REWE-ZENTRALFINANZ eG
Unternehmenskommunikation
Domstraße 20, 50668 Köln
Tel.: +49 221 149-1050
presse@rewe-group.com

Stand: Oktober 2022
Bildnachweis:
BILLA – Dusek, Seite 18
Aral, Seite 23

Diese Broschüre wurde auf FSC-Mix-Papier gedruckt.

