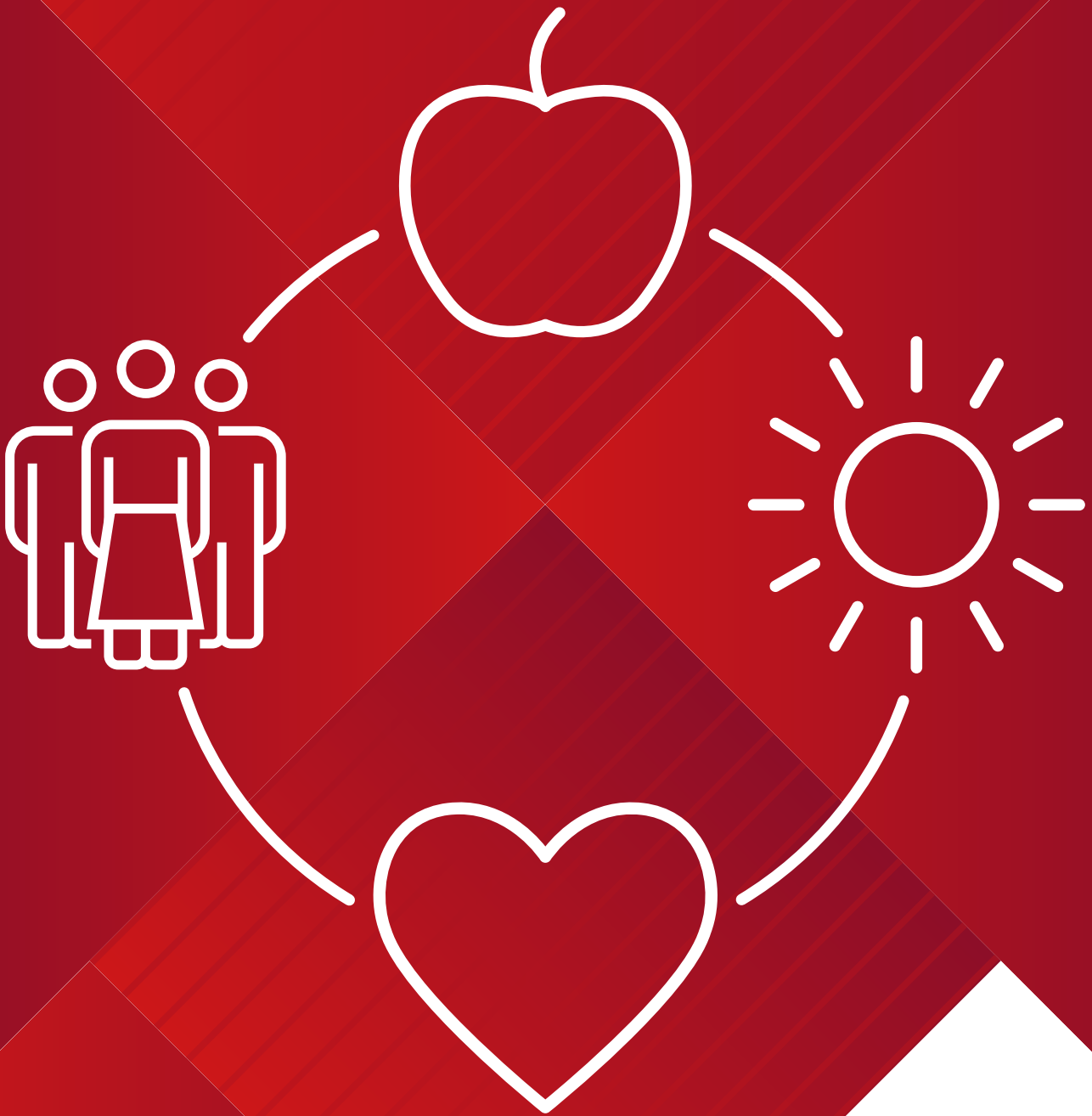


SUSTAINABILITY-

Linked Bond Framework





INHALT



1. Überblick über das Unternehmen	06
2. Nachhaltigkeitsstrategie	08
2.1 Nachhaltigkeitsstrategie	08
2.2 Wesentlichkeitsanalyse	10
2.3 Die vier Nachhaltigkeitssäulen bei der REWE Group	12
2.3.1 Grüne Produkte	12
2.3.2 Energie, Klima und Umwelt	13
2.3.3 Mitarbeiter:innen	15
2.3.4 Gesellschaftliches Engagement	16
2.4 UN Ziele für nachhaltige Entwicklung	17
3. Sustainability-Linked Bond Framework	18
3.1 Auswahl der „Key Performance Indicators“ (KPIs)	18
3.2 Kalibrierung der „Sustainability Performance Targets“ (SPTs)	20
3.3 Wertpapiermerkmale	26
3.3.1 Trigger-Ereignisse	26
3.3.2 Änderungen der Wertpapiermerkmale	26
3.3.3 Fallback-Mechanismen und außergewöhnliche Ereignisse	27
3.4 Reporting	28
3.5 Verifizierung	29
3.6 Second-Party Opinion	29
Haftungsausschluss	30



EDITORIAL

◀ Dr. Daniela Büchel,
Chief People and
Sustainability Officer
REWE Group

▶ Telerik Schischmanow,
Chief Financial Officer
REWE Group



Sehr geehrte Damen und Herren, Sehr geehrte Partner der REWE Group,

seit ihrer Gründung 1927 als Zusammenschluss von 17 Einkaufsgenossenschaften basiert die REWE Group auf dem Genossenschaftsmodell. Allein in Deutschland beliefert die REWE Group heute täglich mehr als 8 Millionen Kunden und ist damit einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Europa. Wir sind Partner für zehntausende von Lieferanten und verantwortlich für mehr als 380.000 Mitarbeiter:innen, davon mehr als 280.000 in Deutschland.

Mit unseren genossenschaftlichen Werten fühlen wir uns bei der REWE Group seit mehreren Generationen zu folgenden grundlegenden Prinzipien verpflichtet: Wir wirtschaften nachhaltig, wir reinvestieren nachhaltig in die Zukunft und wir treiben gemeinsam mit unseren Partnern nachhaltige Entwicklungen voran.

Nachhaltigkeit ist seit jeher fest in der Unternehmens-DNA der REWE Group verankert. Sie ist Teil unseres Selbstverständnisses und unserer Unternehmenskultur, die vom Vorstand, allen Führungskräften, Mitarbeitenden und Kaufleuten mitgetragen wird. Nachhaltigkeit ist außerdem ein integraler Bestandteil unserer Geschäftsstrategie. Bereits vor mehr als 15 Jahren haben wir als Vorreiter und Wegbereiter konkrete Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen definiert. Seit 2009 berichten wir jährlich in unserem Nachhaltigkeitsbericht über unsere Entwicklungen.

Wir setzen uns für nachhaltigere Sortimente ein und fördern regionale Strukturen und faire, partnerschaftliche Zusammenarbeit. Unser Ziel ist es, gemeinsam mit unseren Lieferanten und landwirtschaftlichen Partnern die Gemeinschaft zu stärken und zum Schutz von Menschen, Tier und Umwelt beizutragen. Mit unserer nach-

Nachhaltiges Wirtschaften. Nachhaltiges Investieren. Nachhaltiges Finanzieren.

haltigen Verpackungsstrategie verfolgen wir den Ansatz „Vermeiden, Verringern, Verbessern“. Bereits 2008 haben wir damit begonnen, Supermärkte und Lager in ganz Deutschland auf zertifizierten Grünstrom umzustellen. Dank unserer Investitionen in Digitalisierungsmaßnahmen wurden unsere Infrastruktur, Produktion und Logistik deutlich ressourceneffizienter und umweltfreundlicher gestaltet.

2023 gehen wir nun den nächsten Schritt, indem wir unsere deutschen Marken REWE und PENNY zu den Klimazielen der Science Based Target initiative (SBTi) für den Lebensmitteleinzelhandel verpflichten¹, und zwar nicht nur hinsichtlich Emissionen des Scope 1 und 2, sondern auch Scope 3 – sowohl für FLAG- als auch non-FLAG-Emissionen. Die Richtlinien für den Forst-, Land- und Agrarsektor (FLAG) stellen die erste Standardmethode für forstwirtschaftliche, flächenintensive, landwirtschaftliche und lebensmittelproduzierende Unternehmen sowie für Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels zur Festlegung wissenschaftlich fundierter Klimaziele. Diese Ziele beinhalten die Verringerung und den Abbau von Emissionen auf dem Land. In dieser Hinsicht wird unsere Partnerschaft mit der Landwirtschaft einen wichtigen Aspekt auf dem weiteren Weg darstellen.

Mit diesem Framework verknüpfen wir unsere Strategie für nachhaltiges Wirtschaften auch mit unserer Finanzierung. Alle Finanzierungsinstrumente, die in diesem Rahmen ausgegeben werden, sind eng mit ehrgeizigen wissenschaftlich fundierten Zielen verbunden. Detaillierte Informationen dazu finden Sie auf den folgenden Seiten. Basierend auf diesem Rahmen laden wir Investoren ein, die REWE Group in ihrem Bestreben zu unterstützen, die Lebensmittelindustrie auf einen wissenschaftlich fundierten Weg zu bringen und die Ziele des Pariser Abkommens zu erreichen.

**Wir wünschen Ihnen eine informative
und anregende Lektüre.**



1. ÜBERBLICK ÜBER DAS UNTERNEHMEN

 **1927**
gegründet

 **21**
europäischen Länder

 **380.000**
Mitarbeitende

Als einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne Europas ist die REWE Group ein ständiger Begleiter im Alltag – beim Kauf von Lebensmitteln im Markt oder im Internet, bei der Planung des nächsten Urlaubs, beim Snack für unterwegs oder beim Kauf von Heimwerker- und Gartenartikeln. Wir betreiben 15.640 Märkte und Reisebüros in 21 europäischen Ländern und beschäftigen rund 380.000 Mitarbeitende. Allein in Deutschland arbeiten 280.000 Menschen in rund 10.500 Supermärkten und an den Hauptstandorten. Im Geschäftsjahr 2022 erwirtschaftete die REWE Group einen Gesamtaufumsatz von 84,76 Mrd. Euro. Mit mehr als 58 Milliarden Euro erwirtschaftete das Unternehmen über 69 Prozent seines Umsatzes in Deutschland.

REWE (Revisionsverband der Westkaufgenossenschaften) wurde 1927 von 17 Einkaufsgenossenschaften gegründet. Das Ziel war die gemeinsame Organisation der Beschaffung von Lebensmitteln. Als Ergebnis dieser Bemühungen entstand eine genossenschaftliche Unternehmensgruppe, deren Leitbild von den Werten der Solidarität, der Zusammenarbeit und Partnerschaft sowie von den Grundsätzen der Nachhaltigkeit geprägt ist. Wir gehen auf die sich wandelnden Bedürfnisse unserer Kunden ein und arbeiten daran, ihnen sowohl in den Märkten als auch online das beste Einkaufserlebnis zu bieten.

Die Formate der REWE Group sind so vielfältig wie die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden. Im Lebensmitteleinzelhandel betreibt die REWE Group Supermärkte mit frischen Lebensmitteln und Artikeln des täglichen Bedarfs (REWE, nahkauf, BILLA, ADEG), großflächige Verbrauchermärkte mit einer breiten Produktpalette (REWE CENTER, BILLA PLUS) sowie Discountmärkte (PENNY, PENNY Markt), die für ihre günstigen Angebote bekannt sind. Darüber hinaus betreiben wir innovative Convenience-Märkte (REWE To Go) und sind im E-Commerce tätig. Die Kompetenz der REWE Group im Handel ist jedoch nicht auf den Lebensmitteleinzelhandel beschränkt. Auch Fachmärkte gehören zu ihrem Portfolio. In Deutschland betreibt die REWE Group serviceorientierte Baumärkte (toom Baumarkt) sowie Baumärkte für preisbewusste Heimwerker (B1 Discount Baumarkt). Neben Lebensmittel- und Baumärkten gehören auch die Produktionsbetriebe Glocken Bäckerei und die Qualitätsmetzgerei Wilhelm Brandenburg zu unserem Portfolio. Sie produzieren hochwertige Eigenmarkenprodukte für REWE und PENNY. 2020 wurde Lekkerland Teil unserer Unternehmensgruppe. Lekkerland beliefert Tankstellen, Zeitungskioske, Convenience-Märkte, Bäckereien, Lebensmittel-einzelhändler und Schnellrestaurants. Außerdem sind wir seit 1988 im Reise- und Touristikbereich tätig. Die DER Touristik Group, einer der führenden Touristikkonzerne in Europa, arbeitet heute unter unserem Dach.

HANDEL DEUTSCHLAND



HANDEL INTERNATIONAL



CONVENIENCE



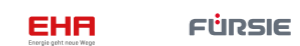
BAUMARKT



TOURISTIK



SONSTIGE





2. NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

2.1 Nachhaltigkeitsstrategie

Als Handels- und Touristikunternehmen agieren wir als Bindeglied zwischen Herstellern und Dienstleistern auf der einen und Verbrauchern auf der anderen Seite. In dieser Position können wir bei der Förderung einer nachhaltigen Entwicklung eine bedeutende Rolle einnehmen. Die REWE Group war sich schon früh dieser Verantwortung bewusst und hat ihre erste umfassende Nachhaltigkeitsstrategie bereits in ihrem Nachhaltigkeitsbericht 2009 veröffentlicht. In diesem Bericht führte sie auch ihre vier Säulen der Nachhaltigkeit zur Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie ein.



2010 hat die REWE Group ihre Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften festgelegt und damit einen verbindlichen Handlungsrahmen geschaffen, der die Grundlage für das umfassende Engagement der REWE Group für Nachhaltigkeit bildet. Die Leitlinie orientiert sich an der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), dem UN Global Compact und den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte.

Nachhaltigkeit gehört bei der REWE Group zu den wichtigsten Prioritäten der Unternehmensführung. Seit der Einführung der Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2008 obliegt sie der Verantwortung des Vorstandsvorsitzenden. Um der zunehmenden Bedeutung von Nachhaltigkeit Rechnung zu tragen, wurde Dr. Daniela Büchel Anfang 2023 in den Vorstand berufen. Sie ist seitdem als Chief People and Sustainability Officer für die Bereiche Personal und Nachhaltigkeit verantwortlich.

Unser Ziel ist es, das gesamte Geschäft nachhaltiger zu gestalten, um nachhaltigen Konsum und Tourismus

zu fördern. Dies erreichen wir durch den kontinuierlichen Ausbau unseres nachhaltigen Sortiments und den fairen Umgang mit unseren Partnerorganisationen und Lieferanten. Wir setzen uns aktiv für Umwelt- und Klimaschutz ein und übernehmen Verantwortung für unsere Mitarbeitenden.

Das Thema Klimaschutz war von Anfang an Schwerpunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie und wird seitdem durch klare Ziele gesteuert. Wir nutzen unterschiedliche Ansätze und Maßnahmen in verschiedenen Bereichen unserer Wertschöpfungskette, um Treibhausgasemissionen zu reduzieren. So haben wir bereits 2008 als erster Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland unsere Märkte, Verwaltungsstandorte, Lager und Reisebüros flächendeckend auf zertifizierten Grünstrom umgestellt. Dank dieser und weiterer Maßnahmen konnten wir die Treibhausgasemissionen (CO₂-Äquivalente) pro Quadratmeter Verkaufsfläche in Deutschland und Österreich auf Unternehmensebene bis 2022 gegenüber 2006 bereits halbieren. Im Juli 2023 erwies sich die REWE Group erneut als Vorreiter im Bereich Klimaschutz im

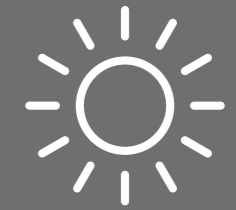
Lebensmitteleinzelhandel, indem sie sich der Science Based Targets initiative (SBTi) anschloss² und für REWE und PENNY³ (Deutschland) Emissionsziele für Scope 1, 2 und Scope 3, einschließlich FLAG und Non-FLAG-Ziele, festlegte.

Die REWE Group erkennt die Bedeutung der SBTi bei der Definition und Förderung von Best Practice für die Festlegung wissenschaftsbasierter Ziele an. Eine der Herausforderungen für forstwirtschaftliche, flächenintensive und landwirtschaftliche Bereiche besteht darin, bei der Festlegung dieser Ziele sowohl die landgebundenen Emissionen als auch den Abbau zu berücksichtigen. Seit 2022 bieten die von der SBTi festgelegten FLAG-Richtlinien die weltweit erste Standardmethode für Unternehmen aus Branchen mit intensiver Flächennutzung zur Festlegung wissenschaftlich fundierter Ziele, die die Reduzierung und den Abbau von Emissionen auf dem Land beinhalten. Die REWE Group verpflichtet sich zur Einhaltung dieser fortschrittlichen und anspruchsvollen Ziele und Verpflichtungen, die in der FLAG-Richtlinie der SBTi dargelegt sind.

→ Unsere vier Nachhaltigkeitssäulen



Grüne Produkte



Energie, Klima und Umwelt



Mitarbeiter:innen



Gesellschaftliches Engagement

2 – Mit Selbstverpflichtungen zeigt eine Organisation ihre Absicht, Ziele zu entwickeln und diese innerhalb von 24 Monaten zur Validierung vorzulegen. Diese Organisationen haben noch keine validierten wissenschaftlich fundierten Ziele.
3 – Als PENNY wird in den folgenden Teilen des Dokuments PENNY Deutschland verstanden.



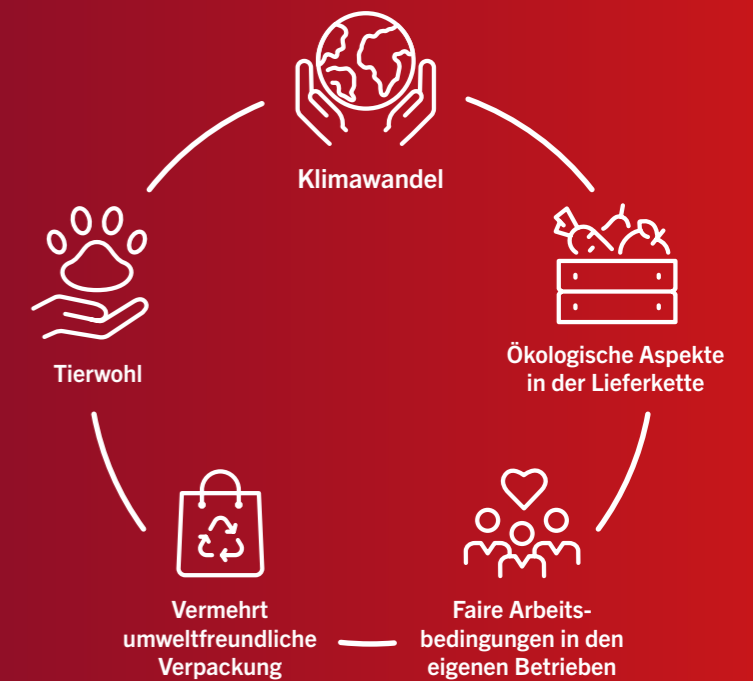
2. NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE



2.2 Wesentlichkeitsanalyse

Die Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group und ihrer Vertriebslinien wird regelmäßig überprüft. In diesen Prozess sind alle relevanten Informationen wie Kundenumfragen, Wettbewerbsanalysen und Analysen der politischen Auseinandersetzung eingebunden. Neben diesen Informationsquellen stellt die Wesentlichkeitsanalyse eine Methode der REWE Group zur Identifikation wesentlicher Fragestellungen und zur Festlegung von Prioritäten für die Entwicklung von Maßnahmen dar. Die letzte umfassende Wesentlichkeitsanalyse wurde 2020 durchgeführt: 6.150 Personen aus Deutschland und Österreich nahmen daran teil und bewerteten 19 Themen hinsichtlich ihrer Relevanz.

Die folgenden fünf Themen wurden von den Umfrageteilnehmenden als für die REWE Group am relevantesten betrachtet:



Seit der letzten Wesentlichkeitsanalyse ist die Bedeutung und Dringlichkeit des Themas Klimaschutz erneut bei allen Stakeholder-Gruppen gestiegen. Daher haben wir in den vergangenen Jahren in diesem Bereich weitere wegweisende Maßnahmen ergriffen, um Emissionen in unserer gesamten Wertschöpfungskette zu erfassen und die REWE Group zu einem Vorreiter in der Lebensmitteleinzelhandelsindustrie zu machen.



2. NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

2.3 Die vier Nachhaltigkeitssäulen bei der REWE Group

Die Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group basiert auf vier Säulen: Grüne Produkte, Energie, Klima und Umwelt, Mitarbeiter:innen und Gesellschaftliches Engagement.

2.3.1 Grüne Produkte

Die Herstellung von Produkten hat Auswirkungen auf Mensch, Tier und Umwelt. Daher arbeiten wir daran, mehr nachhaltigere Sortimente anbieten zu können. Im Lebensmittelbereich umfasst dies Bio- und regionale Produkte sowie Produkte, bei denen die REWE Group Verbesserungen in der Lieferkette erreichen konnte. Wir betrachten stets die gesamte Lieferkette und handeln, sobald wir Sozial- und Umweltstandards gefährdet sehen. Die REWE Group nutzt ein umfangreiches Lieferkettenmanagementsystem zur Einführung und Umsetzung geeigneter Grundsätze. Dabei setzt das Unternehmen auf international anerkannte Zertifizierungsstandards, engagiert sich in branchenweiten Initiativen, startet Projekte und formuliert gemäß ihren Leitlinien eigene Anforderungen für ausgewählte Rohstoffe und Produktionsstätten in Hochrisikoländern.



Unsere zentralen Handlungsbereiche der Säule Grüne Produkte



Klimaschutz in der Lieferkette:

Laut Weltwirtschaftsforum werden 25 Prozent aller globalen Treibhausgasemissionen von den Lieferketten der Lebensmittelindustrie verursacht. Rund 99 Prozent der gesamten Treibhausgasemissionen der Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte von REWE und PENNY entstehen in der Lieferkette. Daher haben wir uns für REWE und PENNY in 2023 entsprechend den Anforderungen und der Selbstverpflichtung zur Science Based Targets initiative Ziele gesetzt, um klimarelevante Emissionen entlang unserer Lieferketten zu reduzieren. Dazu werden gezielte Maßnahmen ergriffen, um die Auswirkungen unserer Produktpalette auf das Klima zu reduzieren.



Verpackungen:

Wir wollen den Einsatz von Verpackungen so weit wie möglich verringern und unvermeidbare Verpackungen umweltfreundlicher und recycelbar gestalten. Aus diesem Grund haben wir eine Strategie eingeführt: vermeiden, verringern, verbessern. Als erster Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland hat REWE 2016 Plastiktüten im Kassensbereich komplett abgeschafft und damit ein Zeichen für die Reduzierung von Plastikmüll gesetzt. Viele weitere Unternehmensbereiche der REWE Group sind diesem Beispiel gefolgt und haben Plastiktüten aus ihrem Sortiment genommen.



Biodiversität:

Wir möchten mit unseren Maßnahmen zur Erhaltung von Biodiversität beitragen. Daher beziehen wir entsprechend zertifizierte Waren und setzen gemeinsam mit Umweltorganisationen und Produzenten Maßnahmen zur Förderung von Biodiversität um. Mit unserem 2010 ins Leben gerufenen PRO PLANET Projekt haben wir bereits 13,5 Millionen Quadratmeter (Stand Ende 2022⁴) an ein- und mehrjährigen Blühstreifen in Deutsch-

land geschaffen oder aufgewertet. Bis jetzt (Ende 2022) sind 550 Obst- und Gemüsebetriebe beteiligt, damit ist es das älteste und größte Biodiversitätsprojekt im deutschen Lebensmitteleinzelhandel.



Menschenrechte und Fairness:

In ihrer Grundsatzerklärung zu Menschenrechten verpflichtet sich die REWE Group dazu, Menschenrechte zu stärken und Menschenrechtsverletzungen vorzubeugen. Um unserer Verantwortung für fairen Handel gerecht zu werden, setzen wir auf eine Vielzahl von Maßnahmen wie Schulungen für Mitarbeitende und Lieferanten, Audits, Durchführung eigener (Hilfs-)Projekte sowie die Formulierung konkreter Anforderungen an Lieferanten und Dienstleister. Die REWE Group beschäftigt sich intensiv mit der Umsetzung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG).



Produkte aus ökologischem Landbau:

Aufgrund spezifischer Anforderungen in der Lieferkette, wie beispielsweise der Verzicht auf chemische Pestizide oder leicht lösliche mineralische Dünger, haben Bio-Produkte positive Auswirkungen auf Menschen, Tiere und die Umwelt. Die REWE Group bietet in ihren einzelnen Vertriebslinien Bio-Eigenmarken an, um Bio-Produkte auf den Markt zu bringen und das Sortiment ständig zu erweitern.



Ernährung:

Bei Eigenmarkenprodukten hat die REWE Group durch die Anpassung von Rezepturen in Bezug auf Zucker, Salz, Fett oder gesättigte Fettsäuren die Möglichkeit, zu einer abwechslungsreichen und ausgewogenen Ernährung beizutragen. Um ihre Kunden bei einer bewussten Lebensmittelauswahl zu unterstützen, hat die REWE Group im Jahr 2020 mit der Einführung des Nutri-Scores begonnen und möchte bis Mitte 2023 alle REWE und PENNY Eigenmarken in Deutschland entsprechend kennzeichnen.



Tierwohl:

Die REWE Group möchte Tierwohl fest in ihre Lieferketten integrieren. So sollte beispielsweise auf lange Transportwege in den Lieferketten verzichtet und die Haltungsbedingungen den Bedürfnissen der Tiere durch mehr Platz und Auslaufflächen, mehr Aktivitäten oder weniger Interventionen am Tier angepasst werden. Zudem soll die regionale Produktion ausgeweitet werden.

2.3.2 Energie, Klima und Umwelt

Die Nachhaltigkeitssäule Energie, Klima und Umwelt befasst sich mit umweltrelevanten Aktivitäten, die auf Unternehmensebene stattfinden. Dazu gehören der Bau und Betrieb von Märkten, Lagern, Verwaltungsbüros, Produktionsstandorten, Logistikaktivitäten sowie Ressourcen und Materialien, die für die eigenen Geschäftsprozesse notwendig sind. Im Rahmen der Handlungsfelder Energieeffizienz, klimarelevante Emissionen und Ressourcenschonung entwickeln wir wirksame Maßnahmen, um die Auswirkungen unserer Aktivitäten auf Klima und Umwelt zu reduzieren.

Im Juni 2023 ging die REWE Group den nächsten Schritt und stellte den Vertrieb von physischen Werbeprospekten ein. Damit werden jährlich 70.000t/CO₂ Emissionen eingespart. Zum ersten Mal hat ein deutscher Lebensmitteleinzelhändler solche Maßnahmen ergriffen.





2. NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Unsere zentralen Handlungsbereiche der Säule Energie, Klima und Umwelt



Klimaschutz auf Unternehmensebene: Treibhausgasemissionen entstehen auf Unternehmensebene durch den Betrieb von Supermärkten, Reisebüros und Hauptniederlassungen, den Warentransport und Dienstreisen. Bereits 2009 legten wir das erste Klimaziel für die Geschäftsprozesse der REWE Group fest und veröffentlichten seither jährlich eine Klimabilanz. Seitdem haben wir große Fortschritte erzielt und gleichzeitig die Klimaziele angepasst und ambitionierter gemacht. 2021 hat die REWE Group ein neues absolutes Klimaziel gesetzt: Bis 2030 möchte sie die absoluten Treibhausgasemissionen auf Unternehmensebene um 30 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2019 reduzieren.⁵ Mit Wirkung ab 2023 hat die REWE Group für ihre REWE- und PENNY-Märkte in Deutschland Klimaziele für Unternehmensprozesse gemäß den Anforderungen der Science Based Targets initiative verabschiedet. Zur Vermeidung und Reduzierung von Treibhausgasemissionen setzt die REWE Group z. B. auf klimafreundlichere Kältemittel, Ökostrom, energieeffiziente Supermärkte und alternative Antriebe.



Grünstrom: Anfang 2008 stellte das Unternehmen die Energieversorgung seiner Märkte, Lager und Reisebüros in Deutschland und Österreich auf zertifizierten Grünstrom um. Darüber hinaus unterzeichneten 2021 die Energie-Handels-Gesellschaft (EHA), zentraler Energieversorger der REWE Group, und Ørsted einen Stromlieferungsvertrag mit einer Laufzeit von zehn Jahren für den Offshore-Windpark Borkum Riffgrund 3 (ein „Corporate Power Purchase Agreement“, CPPA) für die Geschäftsbereiche REWE, PENNY und toom Baumarkt



Energiemanagement: Für unser Energiemanagement spielt die Energie-Handels-Gesellschaft (EHA), die zentral für die REWE Group Energie einkauft, eine wichtige Rolle. Gemeinsam mit den regionalen Energiemanagementabteilungen setzt die EHA systematisch ein konzernweites Energiemanagementsystem um. Das zentrale Energiemanagementsystem der REWE Group in Deutschland ist gemäß der aktuellen Version der ISO 50001:2018 zertifiziert.



Logistik und Mobilität: Die Logistik der REWE Group verfügt über ein fortschrittliches Transport- und Lagersystem, um die Qualität und Frische ihrer Produkte zu gewährleisten und gleichzeitig den Kraftstoffverbrauch und die Treibhausgasemissionen so gering wie möglich zu halten. Dafür setzt die REWE Group auf folgende Hebel: strategische Verkürzung der Transportwege zwischen Märkten und Lagern, hohe Auslastung der Fahrzeuge, Reduzierung der Emissionen pro gefahrenem Kilometer dank differenzierter Logistikkonzepte, Einsatz effizienterer Fahrzeugtechnologien und Änderungen des Fahrverhaltens.



Green Building: Moderne, energieeffiziente Märkte spielen bei den Maßnahmen zur Erreichung des Klimaschutzziels eine wesentliche Rolle. Das Green-Building-Konzept der REWE Group verbindet moderne Architektur mit energieeffizienten Technologien und dem Einsatz erneuerbarer Energien. Beispielsweise konnte der Primärenergieverbrauch gegenüber konventionellen Märkten

um bis zu 40 Prozent gesenkt werden. Im Jahr 2013 beschloss die REWE Group, das Green-Building-Konzept bei allen Neubauprojekten und Neuvermietungen in Deutschland anzuwenden, sofern die Rahmenbedingungen dies zulassen.

2.3.3 Mitarbeiter:innen

Engagierte und qualifizierte Mitarbeitende tragen wesentlich zum Erfolg des Unternehmens bei. Daher ist es ein zentrales Anliegen der REWE Group, die Zufriedenheit, Leistungsfähigkeit und Produktivität ihrer Mitarbeiter:innen zu fördern. Dafür setzt die REWE Group auf ein strategisches Personalmanagement – mit mitarbeiterorientierten Arbeitskonzepten, sicheren Arbeitsbedingungen, maßgeschneiderten Weiterbildungsangeboten und der Wertschätzung gegenüber jedem Einzelnen.



Unsere zentralen Handlungsbereiche der Säule Mitarbeiter:innen



Arbeitsschutzmanagement: Die REWE Group sorgt für ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld. Dazu gehören die Vermeidung von Arbeitsunfällen sowie das Angebot gesundheitlicher Präventionsmaßnahmen.



Aus- und Weiterbildung: Die REWE Group bietet allen Mitarbeitenden und Führungskräften ein umfassendes internes Aus- und Weiterbildungsprogramm, das auf die Entwicklung sowohl persönlicher als auch fachlicher Kompetenzen ausgerichtet ist.



Vielfalt und Chancengleichheit: Das Bekenntnis zur diskriminierungsfreien Gestaltung der unternehmerischen Personalpolitik ist grundlegender Bestandteil der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften der REWE Group. Darüber hinaus ist es wesentlicher Bestandteil des Code of Conduct, der für alle Mitarbeitenden und Führungskräfte gilt. Seit Anfang 2017 ist die REWE Group außerdem Unterzeichner der Charta der Vielfalt, einer freiwilligen Selbstverpflichtung der deutschen Wirtschaft zum Diversity Management.



Beruf und Lebensphasen: Die REWE Group schafft für ihre Mitarbeitenden ein attraktives und faires Arbeitsumfeld. Dies geschieht z. B. durch eine faire Vergütung, erweiterte betriebliche Leistungen über das Tarifniveau hinaus, flexible Arbeitsmodelle, die an die persönlichen Bedürfnisse der Mitarbeitenden angepasst werden können, und individuell zugeschnittene Angebote zur Erleichterung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie/Privatleben.



2. NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE



2.3.4 Gesellschaftliches Engagement

Als zuverlässiger Partner engagiert sich die REWE Group in allen Regionen, in denen sie tätig ist, sowie in den ärmsten Regionen der Welt. Das Unternehmen arbeitet mit starken Partnerorganisationen zusammen, die ihre Erfahrungen vor Ort einbringen und effektive Unterstützung bieten. Wir setzen uns unter anderem für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen ein und verfolgen das Ziel, deren Bildungschancen zu verbessern.

Unsere zentralen Handlungsbereiche der Säule Gesellschaftliches Engagement



Unterstützung der „Tafel“:
Seit 1996 ist die REWE Group einer der wichtigsten Unterstützer der örtlichen Tafeln in ganz Deutschland.



Vermeidung von Lebensmittelabfällen:
Die REWE Group ist bestrebt, Lebensmittelabfälle auf ein Minimum zu reduzieren. Dank modernster Prognosesysteme und einer hochoptimierten Logistik verkaufen sowohl PENNY als auch REWE durchschnittlich rund 98 Prozent der angebotenen Lebensmittel pro Jahr. Ware, die trotz aller Bemühungen nicht verkauft werden kann, wird an lokale Tafeln in ganz Deutschland gespendet.



REWE und NABU gründen NABU-Klimafonds:
REWE und der Naturschutzbund Deutschland e. V. (NABU) sind seit 2015 strategische Partner. Seit 2022 ist REWE Gründungspartner des NABU-Klimafonds und wird in den nächsten fünf Jahren mindestens 25 Millionen Euro zur Verfügung stellen. Mithilfe dieser Mittel sollen Naturschutzprojekte mit positiven Auswirkungen auf die Biodiversität und das Klima umgesetzt werden. Mit dem NABU-Klimafonds wird die Renaturierung von Mooren in Deutschland finanziert.

2.4 Ziele für nachhaltige Entwicklung

Die 17 UN-Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) sprechen die größten Herausforderungen an, denen sich die Welt im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung auf globaler Ebene stellen muss. Die REWE Group möchte dabei helfen, diese Ziele der Vereinten Nationen zu erreichen, indem sie ihren besonderen Beitrag zur Nachhaltigkeit leistet.

In Zusammenarbeit mit unseren wichtigsten Stakeholdern haben wir die Nachhaltigkeitsstrategie und Geschäftsprozesse des Unternehmens mit den 17 SDGs und ihren 169 Unterzielen abgeglichen. Mithilfe dieses Verfahrens haben wir die für das Unternehmen wichtigsten SDGs identifiziert und priorisiert. Die daraus resultierende Liste wurde im Rahmen unseres regelmäßigen Dialogs mit unseren Stakeholdern besprochen und validiert.

- SDG 2 – Kein Hunger
- SDG 5 – Geschlechtergleichheit
- SDG 7 – Bezahlbare und saubere Energie
- SDG 8 – Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
- SDG 12 – Nachhaltige/r Konsum und Produktion
- SDG 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz
- SDG 14 – Leben unter Wasser
- SDG 15 – Leben an Land

Dabei wurden alle Bereiche der Wertschöpfungskette berücksichtigt, auf die das Unternehmen Einfluss nehmen kann – vom Einkauf über den Anbau, die Produktion, die Lagerung und die Logistik bis hin zu den Märkten, dem Verkauf und dem Konsum.

Wertschöpfungskette im Lebensmitteleinzelhandel

Einkauf



SDG 2, SDG 5, SDG 8, SDG 12, SDG 13, SDG 14, SDG 15

Anbau und Produktion



SDG 2, SDG 5, SDG 8, SDG 12, SDG 13, SDG 14, SDG 15

Lager und Logistik



SDG 7, SDG 8, SDG 13, SDG 14

Märkte und Verkauf



SDG 2, SDG 5, SDG 7, SDG 8, SDG 12, SDG 13, SDG 14

Konsum



SDG 12



3. SUSTAINABILITY-LINKED BOND FRAMEWORK



Die REWE Group ist finanzwirtschaftlich stringent organisiert und verfolgt einen zentralen Finanz- und Versicherungsansatz. Die REWE Group setzt sich seit vielen Jahren für Nachhaltigkeit ein.

Um die Ausweitung der Nachhaltigkeitsstrategie auf den Finanzbereich konsequent fortzusetzen, sollen alle zukünftigen Finanzierungen, soweit sinnvoll, mit einer nachhaltigen Finanzkomponente gestaltet werden. Dieser Ansatz wurde auch in der CFO-Agenda 2021 verbindlich festgeschrieben. Daher möchten wir mit der Emission von Sustainability-Linked Bonds unsere Finanzierungsstrategie mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie in Einklang bringen. Darüber hinaus sind die Finanzinvestoren der REWE Group seit 2022 als neue wesentliche Stakeholder zum Thema Nachhaltigkeit eingebunden.

Dieses Sustainability-Linked Bond Framework wurde gemäß den Sustainability-Linked Bond Principles (SLBP) entwickelt, die von der International Capital Markets Association (ICMA) im Juni 2023 aufgestellt wurden. Innerhalb dieses Rahmens kann die REWE Group verschiedene Wertpapiere ausgeben, einschließlich Anleihen und Schuldscheine.

Das Sustainability-Linked Bond Framework wurde an den fünf Kernkomponenten der SLBP ausgerichtet:

1. Auswahl der „Key Performance Indicators“ (KPIs)
2. Kalibrierung der „Sustainability Performance Targets“ (STPs)
3. Wertpapiermerkmale
4. Reporting
5. Verifizierung

Sustainalytics gibt eine Second-Party Opinion zu diesem Sustainability-Linked Bond Framework ab, die auf der Webseite der REWE Group veröffentlicht wird.

3.1 Auswahl der „Key Performance Indicators“ (KPIs)

Die folgenden KPIs wurden für den Zweck dieses Sustainability-Linked Bond Frameworks aufgenommen, da sie zentrale Herausforderungen der REWE Group im Bereich Nachhaltigkeit widerspiegeln.

Die REWE Group legt mit diesem Framework den Fokus auf die Verminderung der Treibhausgasemissionen. Alle KPIs und Zielvorgaben wurden nach der SBTi-Methodik

entwickelt, damit sie an den Kriterien der Science Based Targets initiative (SBTi) ausgerichtet sind und von ihr validiert werden. Die entsprechenden Ziele werden der Science Based Targets initiative 2023 übergeben, eine Genehmigung wird 2024 erwartet.

Die REWE Group als Lebensmitteleinzelhändler hat sich außerdem dazu entschlossen die neuesten Marktstandards anzuwenden, indem sich REWE und PENNY⁶ zur FLAG-Initiative des SBTi verpflichtet. Die FLAG-Initiative ist die erste Standardmethode für Unternehmen der Forstwirtschaft, der flächenintensiven Landwirtschaft, der Lebensmittelproduktion und des Lebensmitteleinzelhandels, um wissenschaftlich fundierte Ziele festzulegen, die die Verringerung und den Abbau von Emissionen auf dem Land einschließen. Obwohl die REWE Group als Lebensmitteleinzelhändler keine direkten Emissionen in flächenintensiven Sektoren hat, befasst sich die REWE Group mit den Scope 3 FLAG-Emissionen. Auch hier ist die REWE Group offen für die Möglichkeit, sich mit den FLAG- und non-FLAG-Emissionen derjenigen Konzerneinheiten zu befassen, die zusammen die größten Emissionen ausmachen, REWE und PENNY, um eine gezieltere Emissionsverringern zu ermöglichen.

Alle KPIs und Ziele wurden unter Mitwirkung eines externen SBTi-Beraters gemäß den FLAG-Richtlinien der Science Based Targets initiative (SBTi) (2022) entwickelt. Die entsprechenden Ziele werden 2023 an die SBTi übermittelt und voraussichtlich 2024 validiert. Dabei geht die REWE Group auf die Scope 1-, 2- und 3-Emissionen der Konzerngesellschaften ein, die zusammen die größten Emissionen ausmachen: REWE und PENNY.

Die folgenden KPIs beziehen sich auf Ziel 13 der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung, „Klimaschutz“.

KPI 1: Absolute THG-Emissionen Scope 1 und 2 für REWE und PENNY, Ziele gemäß den Vorgaben der SBTi

KPI 1 beschäftigt sich mit der Reduzierung von Treibhausgasemissionen aus Scope 1 und 2 von REWE und PENNY gemäß der SBTi-Methodik.

Scope 1 und 2 gibt die Emissionen aus dem Geschäftsbetrieb des Unternehmens wieder. Diese werden aus dem Verbrauch von Strom, Wärme und Treibstoff für LKW und PKW sowie den Kältemittelverlusten ermittelt.

KPI 1: Absolute THG-Emissionen Scope 1 und 2

Scope 1&2 REWE & PENNY

KPI 2: Absolute THG-Emissionen Scope 3 non-FLAG für REWE und PENNY, Ziele gemäß den Vorgaben der SBTi

KPI 2 beschäftigt sich mit der Reduzierung von non-FLAG-Treibhausgasemissionen aus Scope 3 von REWE und PENNY gemäß der SBTi-Methodik.

Die non-FLAG-Emissionen werden durch prozess- und energiebedingte Emissionen direkter und indirekter Zulieferer in der Food- und Non-Food-Lieferkette sowie durch Transport und Verpackung verursacht. Die hauptverursachenden Produktgruppen von Emissionen sind Getränke, Milchprodukte sowie Obst und Gemüse.

KPI 2: Absolute THG-Emissionen Scope 3 non-FLAG

Scope 3 non-FLAG REWE & PENNY

KPI 3: Absolute THG-Emissionen Scope 3 FLAG für REWE und PENNY, Ziele gemäß den Vorgaben der SBTi

KPI 3 beschäftigt sich mit der Reduzierung von FLAG-Treibhausgasemissionen aus Scope 3 von REWE und PENNY gemäß der SBTi-Methodik.

Die größten Auswirkungen der FLAG-Emissionen werden durch tierische Erzeugnisse wie Milch, Käse, Fleisch und Eier verursacht, die vor allem durch die enterogene Fermentation und die Gülleverarbeitung sowie den Futtermittelanbau entstehen.

KPI 3: Absolute THG-Emissionen Scope 3 FLAG

Scope 3 FLAG REWE & PENNY





3. SUSTAINABILITY-LINKED BOND FRAMEWORK

KPI Berechnungsmethodik

KPI 1: Absolute THG-Emissionen Scope 1 und 2

REWE & PENNY Scope 1 & 2
REWE und PENNY berechnen ihre THG-Emissionen aus Scope 1 und 2 in Übereinstimmung mit dem GHG Protocol. Die Ziele für diese Emissionen sind mindestens auf ein 1,5-Grad-Szenario ausgerichtet.

KPI 2: Absolute THG-Emissionen Scope 3 non-FLAG

REWE & PENNY Scope 3 non-FLAG
REWE und PENNY berechnen ihre non-FLAG THG-Emissionen aus Scope 3 in Übereinstimmung mit dem GHG Protocol. Die Berechnung basiert auf den REWE- und PENNY-Primärdaten zu gekauften Produkten, deren Inhaltsstoffen und Herkunftsländern sowie auf Informationen zu den Lieferanten. In Fällen, in denen keine Daten über Inhaltsstoffe und Herkunft verfügbar waren, wurden die Daten auf der Grundlage von vorhandenen Informationen modelliert und/oder durch Produktions- und Importstatistiken ergänzt. Die Kohlenstoffemissionen wurden anhand eines Hybridmodells berechnet, das mit der SBTi-Methodik abgestimmt ist. Das Modell verwendet einen überregionalen physikalischen Ansatz für Agrarrohstoffe, Transport und Verpackung sowie nachgelagerte Auswirkungen und einen überregionalen ausgabenbasierten Ansatz für die Verarbeitung und Gewinnung von mineralischen Rohstoffen. Scope 3 non-FLAG-Emissionen umfassen Scope 3.1 gekaufte Waren und Dienstleistungen, 3.2 Investitionsgüter, 3.4 vorgelagerte Transporte, 3.11 Verwendung verkaufter Produkte. Alle anderen Kategorien wurden geschätzt und als nicht signifikant (unter 1 Prozent) für REWE und PENNY eingestuft.

KPI 3: Absolute THG-Emissionen Scope 3 FLAG

REWE & PENNY Scope 3 FLAG
REWE und PENNY berechnen ihre FLAG THG-Emissionen aus Scope 3 in Übereinstimmung mit dem GHG Protocol Land Sector and Removals Leitfadens Treibhausgasprotokoll (Entwurf für Pilottestphase und Überprüfung, September 2022) sowie dem SBTi FLAG Standard. Die Berechnung ba-

siert auf den REWE- und PENNY-Primärdaten zu gekauften Produkten, deren Inhaltsstoffen und Herkunftsländern sowie auf Informationen zu den Lieferanten. In Fällen, in denen keine Daten über Inhaltsstoffe und Herkunft verfügbar waren, wurden die Daten auf der Grundlage von vorhandenen Informationen modelliert und/oder durch Produktions- und Importstatistiken ergänzt. Die Kohlenstoffemissionen wurden anhand eines Hybridmodells berechnet, das mit der SBTi-Methodik abgestimmt ist. Das Modell verwendet einen überregionalen physikalischen Ansatz für Agrarrohstoffe, Transport und Verpackung sowie nachgelagerte Auswirkungen und einen überregionalen ausgabenbasierten Ansatz für die Verarbeitung und Gewinnung von mineralischen Rohstoffen. FLAG-Emissionen aus Scope 3 umfassen unter Scope 3.1 bezogene Waren für REWE und PENNY. Die FLAG-Emissionen aus anderen Scope-3-Kategorien sind für REWE und PENNY nicht signifikant.

3.2 Kalibrierung der „Sustainability Performance Targets“ (SPTs)

Ein SPT ist definiert als ein Ziel, das mit einem Trigger-Ereignis (Trigger Event) verknüpft ist (das in Abschnitt 3.3 Wertpapiermerkmale näher beschrieben wird). Alle SPTs werden nach dem neuesten SBTi-Standard einschließlich der FLAG-Richtlinie festgelegt⁷.

SPT 1: Reduzierung der THG-Emissionen Scope 1 und 2

REWE & PENNY Scope 1&2
REWE und PENNY haben sich zum Ziel gesetzt, ihre THG-Emissionen aus Scope 1 und 2 bis 2030 um 42 Prozent zu reduzieren, Basiswert: 2021.

Die Ziele für die Verringerung des Kohlenstoffausstoßes für Scope 1 und 2 sind ambitioniert, wenn man den aktuellen Stand unserer Geschäftstätigkeit berücksichtigt. Das Einhalten dieser Ziele würde erhebliche Investitionen in die Nachrüstung und die Umstellung auf umweltfreundlichere Kühlmittel erfordern. Grünstrom als wesentlicher Treiber wurde bereits vor 2021 umgesetzt und wird nicht zur Erfüllung der Ziele aus Scope 1 und 2 beitragen. Ein erheblicher Anteil der Verringerung wird nur durch Maßnahmen erreicht werden, die gegen Ende des Jahrzehnts technisch verfügbar sind und wirksam werden. Dazu gehören zum Beispiel Maßnahmen im Bereich

der Logistik. REWE führt derzeit verschiedene Pilotprojekte mit batterie- und wasserstoffbetriebenen Fahrzeugen durch.

	2021	2028	2029	2030
Treibhausgas-Emissionen kt	202	151	137	117
Verringerung in %	0,0 %	-25,0 %	-32,0 %	-42,0 %

SPT 2: Reduzierung der THG-Emissionen Scope 3 non-FLAG

REWE & PENNY Scope 3 non-FLAG
REWE und PENNY haben sich zum Ziel gesetzt, ihre non-FLAG THG-Emissionen aus Scope 3 bis 2030 um 42 Prozent zu reduzieren, Basiswert: 2021.

In Anbetracht der Komplexität unserer Lieferketten und unserer begrenzten Kontrolle, sind Ziele zur Reduzierung der Kohlenstoffemissionen in dieser Größenordnung in Scope 3 für Unternehmen wie REWE und PENNY sehr ambitioniert. Unsere non-FLAG THG-Emissionen werden vor allem durch die Prozesse unserer direkten und indirekten Zulieferer sowie durch den Transport beeinflusst. Daher werden wir auch auf den technologischen Fortschritt und die Bemühungen unserer verschiedenen Lieferanten angewiesen sein. Demzufolge wird das Upscaling effizienter Klimaminderungsmaßnahmen im non-FLAG-Sektor einige Zeit in Anspruch nehmen, sodass wir davon ausgehen, dass wir einen erheblichen Teil unserer THG-Reduzierungen erst gegen Ende des Zielzeitraums erreichen, auch wenn wir unsere Anstrengungen sofort verstärken werden.

	2021	2028	2029	2030
Treibhausgas-Emissionen kt	12.658	9.494	8.607	7.342
Verringerung in %	0,0 %	-25,0 %	-32,0 %	-42,0 %

SPT 3: Reduzierung der THG-Emissionen Scope 3 FLAG

REWE & PENNY Scope 3 FLAG
REWE und PENNY haben sich zum Ziel gesetzt, ihre FLAG-THG-Emissionen aus Scope 3 bis 2030 um 30,3 Prozent zu reduzieren, Basiswert: 2021.

In Anbetracht der Komplexität unserer Lieferketten und unserer begrenzten Kontrolle, sind Ziele zur Reduzierung der Kohlenstoffemissionen in dieser Größenordnung in Scope 3

für Unternehmen wie REWE und PENNY sehr ambitioniert. Wir sind uns bewusst, dass der erste Schritt zur Schaffung von Transparenz bei den FLAG THG-Emissionen, die auf verschiedene Stakeholder verteilt sind, anspruchsvoll sein wird. Wir erkennen außerdem an, dass FLAG THG-Emissionen in vorgelagerten Bereichen entstehen und mehrere Interessengruppen involvieren, was es besonders schwierig macht, zunächst Transparenz zu schaffen, bevor konkrete Maßnahmen ergriffen werden. Darüber hinaus wird die Emissionsminderung im Rahmen der FLAG davon abhängen, dass die Nachfrage der Verbraucher nach klimafreundlicheren, pflanzlichen Produkten steigt und gleichzeitig ihr Verbrauch an tierischen Alternativen reduziert wird. Als REWE und PENNY wollen wir unser Angebot erweitern und die Kunden bei ihren klimabewussten Kaufentscheidungen unterstützen. Daher wird das Upscaling effizienter Klimaminderungsmaßnahmen im FLAG-Sektor einige Zeit in Anspruch nehmen, sodass wir davon ausgehen, dass wir einen erheblichen Teil unserer Treibhausgas-Reduzierungen erst gegen Ende des Zielzeitraums erreichen, auch wenn wir unsere Anstrengungen sofort intensivieren werden.

	2021	2028	2029	2030
Treibhausgas-Emissionen kt	16.936	13.887	13.041	11.804
Verringerung in %	0,0 %	-18,0 %	-23,0 %	-30,3 %

Benchmarks

REWE und PENNY gehören zu den ersten Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels, die ihre Klimaziele nach dem neuesten SBTi-Standard einschließlich der FLAG-Richtlinien festlegen. Als Lebensmitteleinzelhändler, der einen wesentlichen Beitrag zur Lebensmittelversorgung in Deutschland leistet, halten wir das absolute Ziel zur Reduzierung der Emissionen aus Scope 3 für äußerst ehrgeizig. Die erfolgreiche Umsetzung dieses Ziels hat einen großen Einfluss auf die THG-Emissionen des deutschen Lebensmittelsektors.

Vergleichsdaten und Erfahrungswerte für THG-Emissionen aus Scope 1 und 2 der REWE Group sind für die vergangenen Jahre in der Regel verfügbar. Aufgrund der Betrachtung der gesamten REWE Group können die Daten nicht vollständig auf den hier betrachteten Bereich von REWE und PENNY eingegrenzt werden. Vergleichsdaten und Erfahrungswerte für REWE und PENNY Scope 3 non-FLAG und REWE und PENNY Scope 3 FLAG sind nicht verfügbar, da für das Geschäftsjahr 2021 erstmals ein hybrides Kohlenstoffbilanzierungsmodell eingerichtet wurde. Scope-3-Emissionen wurden bereits früher geschätzt, sind aber aus methodischen Gründen nicht mit den Ergebnissen des neu eingerichteten Systems vergleichbar.



3. SUSTAINABILITY-LINKED BOND FRAMEWORK



Strategie zum Erreichen des SPT 1

Die Reduzierung von THG-Emissionen aus Scope 1 und 2 von REWE und PENNY kann durch Maßnahmen z. B. in den Bereichen Heizen, Kältemittel und Fuhrpark erreicht werden. Es gibt im Wesentlichen vier Hauptmaßnahmen, die uns beim Erreichen des SPT 1 unterstützen werden.

Maßnahmen verursacht durch Regulierung und Erneuerung:

- **Kältemittel**
Umstellung der Kältetechnik und Umstellung auf klimafreundlichere Kältemittel, z. B. durch Beschleunigung des Ausstiegs aus R134a (gesetzlich vorgeschrieben).
- **Nachrüstung**
Maßnahmen zur Reduzierung der Emissionen aus Heizung/Lüftung/Klimaanlagen, z. B. durch den Einsatz von Wärmepumpen.

Weitere notwendige Maßnahmen:

- **Eigener Fuhrpark**
Umrüstung der Firmenwagen auf alternative Antriebe (Elektrofahrzeug und Hybrid)
- **Logistik**
Umrüstung der Lkw-Flotte auf alternative Antriebe (Elektrofahrzeug und Hybrid)

Da REWE und PENNY bereits 100 Prozent Ökostrom beziehen, gibt es hier kein Reduzierungspotenzial. Hieraus müssen jedoch in Zukunft Kostenvorteile gezogen werden.

Strategie zum Erreichen des SPT 2

Die non-FLAG-Emissionen müssen vor allem durch umfangreiche Maßnahmen in der Verarbeitung bei den Lieferanten, beim Transport und bei der Verpackung angegangen werden. Um unseren ambitionierten SPT 2 zu erreichen, müssen wir aktiv umfassende Maßnahmen in verschiedenen Bereichen umsetzen. Darüber hinaus erwarten wir positive Effekte durch Verhaltensänderungen und regulatorische Anforderungen im Bereich des Klimaschutzes, die für alle Unternehmen gelten.

Jede der vorgeschlagenen Strategien und Beispiele wird noch vor ihrer Umsetzung einer gründlichen Überprüfung ihrer Auswirkungen und Machbarkeit unterzogen. Zusätzlich werden die Strategie und Maßnahmen kontinuierlich überwacht und bei Bedarf angepasst.



3. SUSTAINABILITY-LINKED BOND FRAMEWORK

Verhaltensänderungen und regulatorische Anforderungen:



ihrer Auswirkungen und Machbarkeit unterzogen. Zusätzlich werden die Strategie und Maßnahmen kontinuierlich überwacht und bei Bedarf angepasst.

- **Verbraucher-trends** (z. B. Rückgang von Milch- und Fleischerzeugnissen und steigender Anteil vegetarischer und pflanzlicher Alternativen)
- **Markteffekte** (z. B. durch mehr Ökostrom, Elektrifizierung von Wärme, neue Technologien)
- **Verpackungen** (z. B. leichtere Verpackungen/keine Verpackungen; mehr Mehrwegverpackungen)

Verhaltensänderungen und regulatorische Anforderungen:



- **Verbraucher-trends** (z. B. Rückgang von Milch- und Fleischerzeugnissen und steigender Anteil vegetarischer und pflanzlicher Alternativen)
- **Markteffekte** (z. B. durch mehr Ökostrom, Elektrifizierung von Wärme, neue Technologien)
- **EU-Entwaldungsverordnung (EUDR):** Entwaldungsfreie Lieferketten (z. B. Verringerungen durch Einhaltung der EUDR, insbesondere Vermeidung von Entwaldung im Rohstoffanbau und in der Tierhaltung, besonders im Bereich Futtermittel)

Bereiche, die aktiv angegangen werden:



- **Verarbeitung** (z. B. Reduzierung von Emissionen aus Scope 1 und 2 von direkten und indirekten Lieferanten durch Umstellung auf Ökostrom und Steigerung der Energieeffizienz. Mit 100 Prozent der strategischen Lieferanten, die für insgesamt 75 Prozent der produktbezogenen Emissionen verantwortlich sind, sollen bis Ende 2024 Klimaziele abgestimmt auf die Science Based Targets initiative vereinbart werden.)
- **Transport** (z. B. Reduzierung des Transports durch regionale und saisonale Beschaffung, weniger Emissionen durch Elektrifizierung)
- **Rohstoffe** (z. B. klimafreundlichere Kunststoffe, Metalle, erdölbasierte Rohstoffe in Non-Food-Produkten, z. B. recycelt, biobasiert, grüner Stahl, grünes Aluminium)
- **Verpackung** (z. B. recycelte Materialien und neue Rohstoffe, unverpackt, mehr Mehrwegverpackungen)
- **Weitere nicht quantifizierbare Hebel** (z. B. Änderungen des Sortiments, wie beispielsweise die Förderung von regionalen und saisonalen oder veganen Produkten)

Bereiche, die aktiv angegangen werden:



- **Landwirtschaft** (z. B. Optimierung der Verwendung und Produktion von Düngemitteln und Pestiziden, optimiertes Flächenmanagement und verbesserte Technologien z. B. nachhaltige Treibhäuser, Präzisionslandwirtschaft)
- **Eliminierung** (z. B. Bindung von CO₂ in landwirtschaftlichen Prozessen in den eigenen Lieferketten durch Agroforstwirtschaft, Anbau von Zwischenfrüchten und weitere regenerative Verfahren)
- **Tierhaltung** (z. B. Reduzierung von Methanemissionen durch Futtermittelzusätze, Optimierung der Güllelagerung und Tiergesundheit)
- **Lebensmittelverluste** (z. B. Vermeidung von Lebensmittelverlusten entlang der vorgelagerten Wertschöpfungskette)
- **Zusätzliche konversionsfreie Lieferketten** (z. B. konversionsfreie Lieferketten, die über die Anforderungen der EUDR hinausgehen, z. B. Zertifikate mit Stichtag 2016, stärkere Einbeziehung natürlicher Ökosysteme wie Savannen)
- **Weitere nicht quantifizierbare Hebel** (z. B. Änderungen des Sortiments, wie beispielsweise die Förderung von regionalen und saisonalen oder veganen Produkten)

Strategie zum Erreichen des SPT 3

Die Reduzierung von FLAG-THG-Emissionen aus Scope 3 in unserem SPT 3 muss durch kleinskalige Maßnahmen in den vorgelagerten Bereichen der Lieferketten sowie durch Veränderungen des Sortiments erreicht werden. Darüber hinaus erwarten wir positive Effekte durch Verhaltensänderungen und behördliche Auflagen im Bereich des Klimaschutzes, die für alle Unternehmen gelten.

Jede der vorgeschlagenen Strategien und Beispiele wird noch vor ihrer Umsetzung einer gründlichen Überprüfung



Ambitionsgrad

Unser Klimaziel ist sehr ambitioniert. Wir haben uns dazu verpflichtet, die kombinierten Treibhausgasemissionen von REWE und PENNY bis 2030 um unglaubliche 10,5 Millionen Tonnen CO₂e im Scope 1, Scope 2 und Scope 3 (FLAG und non-FLAG) zu reduzieren. Diese Zielvorgaben wurden sorgfältig berechnet und werden von der Science Based Targets initiative (SBTi) bewertet und validiert. Mit unserem Engagement für die Einhaltung der aktuellen SBTi-Standards, einschließlich der FLAG-Richtlinien, stellen wir sicher, dass unsere Ziele mit wissenschaftlich fundierten Aussagen übereinstimmen.

Dies bedeutet, dass unser Ziel für REWE und PENNY nicht nur darin besteht, die Ziele für 2030 zu erreichen, sondern dass wir auch das ehrgeizige Ziel von Netto-Null-Emissionen bis 2050 anstreben. Dadurch stimmen wir mit der dringenden Forderung überein, die globale Erwärmung auf unter 1,5 Grad Celsius zu begrenzen.

Wie wir in der Vergangenheit bereits gezeigt haben, verfolgt unser Unternehmen einen Wachstumspfad. Die Emissionen aus diesem Wachstumspfad müssen ebenfalls eingespart werden und bilden ein weiteres Anspruchsniveau.

Als bedeutender Akteur innerhalb der deutschen Lebensmittelversorgung hätte das Erreichen dieser absoluten Ziele zur Emissionsreduktion im Scope 1, 2 und 3 eine große Auswirkung auf die Emissionen des Lebensmittelsektors in Deutschland insgesamt.



3. SUSTAINABILITY-LINKED BOND FRAMEWORK



3.3 Wertpapiermerkmale

Die finanziellen und strukturellen Merkmale jedes innerhalb dieses Rahmens emittierten Wertpapiers werden in den entsprechenden Wertpapierunterlagen spezifiziert, einschließlich der potenziellen Änderungen der finanziellen und/oder strukturellen Merkmale, die auf ein oder mehrere Trigger-Ereignisse folgen können.

3.3.1 Trigger-Ereignisse

Das Eintreten eines der folgenden Ereignisse (Trigger-Ereignisse) löst eine Änderung der finanziellen und/oder strukturellen Merkmale des betreffenden Wertpapiers aus, wie im folgenden Abschnitt 3.3.2 (Änderungen der Wertpapiermerkmale) beschrieben:

- (i) die KPI-Performance von REWE und PENNY entspricht nicht dem SPT, das die entsprechende Wertpapierdokumentation als für den/die jeweiligen Zielbeobachtungstermin(e) anwendbar definiert, wie sie am oder vor dem Reporting-Stichtag nach dem jeweiligen Referenzzeitraum gemeldet wird, oder
- (ii) das Reporting der REWE Group, das die entsprechende Wertpapierdokumentation als für den/die jeweiligen Zielbeobachtungstermin(e) anwendbar definiert, entspricht nicht den in Abschnitt 3.4 (Reporting) dieses Framework dargelegten Anforderungen, oder

- (iii) die Verifizierung der KPI-Performance, die die entsprechende Wertpapierdokumentation gemäß Abschnitt 3.5 (Verifizierung) dieses Framework als für den/die jeweiligen Zielbeobachtungstermin(e) anwendbar definiert, wurde nicht bis zum Reporting-Stichtag vorgelegt und, sofern zutreffend, veröffentlicht.

Das Zielbeobachtungsdatum ist definiert als ein Datum, an dem die KPI-Performance beobachtet und, sofern zutreffend, anhand eines relevanten Ziels oder eines SPT gemessen wird.

Der Reporting-Stichtag für ein bestimmtes Jahr ist das Datum, das 210 Tage nach dem 31. Dezember des betreffenden Jahres liegt. Der Reporting-Stichtag ergibt sich aus der Geschäftstätigkeit von REWE und PENNY mit ihren zahlreichen Filialen und Märkten, was die Datenerhebung zu einem komplexen und zeitaufwändigen Prozess macht. Der Reporting-Stichtag wird daher mit dem aktuellen Reporting-Rhythmus des Nachhaltigkeitsberichts synchronisiert.

3.3.2 Änderungen der Wertpapiermerkmale

Das Eintreten eines Trigger-Ereignisses kann Änderungen der finanziellen und/oder strukturellen Wertpapiermerkmale zur Folge haben. Solche Änderungen werden in der jeweiligen Wertpapierdokumentation beschrieben.

3.3.3 Fallback-Mechanismen und außergewöhnliche Ereignisse

Die Referenzwerte, KPI(s) und/oder SPT(s) können von der REWE Group neu berechnet werden, um Folgendes widerzuspiegeln:

Änderungen in:

- (i) den SBTi-Zielen für 2030, die 2023 an die SBTi zur Validierung und Veröffentlichung (voraussichtlich 2024) übermittelt⁸ und in diesem Framework als die SPTs 2030 bezeichnet werden,
- wesentliche Änderungen in:
- (ii) der Berechnungsmethodik der KPIs,
- (iii) einer Verordnung, die für die Bestimmung der KPIs relevant ist,
- (iv) den Daten aufgrund einer besseren Datenverfügbarkeit oder der Feststellung von Datenfehlern, oder
- (v) der Struktur der Unternehmensgruppe infolge einer Übernahme, eines Zusammenschlusses, einer Entfusionierung, einer Fusion, einer Umstrukturierung oder einer Veräußerung.

Den Schwellenwert für eine wesentliche Änderung stellt eine Änderung dar, die sich einzeln oder insgesamt zu mindestens 5 Prozent auf die SPT(s) auswirkt.

Jede Neuberechnung wird nach Treu und Glauben durchgeführt, sofern:

- (a) ein externer Gutachter unabhängig bestätigt hat, dass die vorgeschlagene Änderung:
 - (i) mit der Nachhaltigkeitsstrategie des Emittenten übereinstimmt; und
 - (ii) mit dem ursprünglichen Ambitionsgrad des/der Sustainability Performance Target(s) übereinstimmt oder ihn übertrifft,

wie in der spezifischen Dokumentation der einzelnen Sustainability-Linked-Finanzierungsinstrumente und im Framework beschrieben.

Jede derartige Änderung wird von der REWE Group so schnell wie sinnvoll möglich gemäß den in der spezifischen Dokumentation jedes Sustainability-Linked-Finanzierungsinstrumentes dargelegten Bedingungen bekannt gegeben.

Die in diesem Framework dargelegten KPIs und SPTs bleiben unabhängig von Änderungen der Nachhaltigkeitsstrategie und -ziele der REWE Group gültig.⁹ Dies gilt ebenso für Änderungen hinsichtlich der allgemeinen Nachhaltigkeitsziele und -ambitionen des Unternehmens oder Änderungen der geltenden Benchmarks oder Branchenstandards. Ein neues oder aktualisiertes Sustainability-Linked Bond Framework hat in Bezug auf ein späteres Sustainability-Linked Finanzierungsinstrument keine Auswirkungen auf die unter diesem Framework ausgegebenen Sustainability-Linked Finanzierungsinstrumente.



3. SUSTAINABILITY-LINKED BOND FRAMEWORK



3.4 Reporting

Die REWE Group wird relevante Berichte über den Fortschritt in Bezug auf die KPIs und das Erreichen oder Nichterreichen der SPTs, wie in der wertpapierspezifischen Dokumentation dargelegt, vorlegen, um Anlegern, Kreditgebern und anderen Stakeholdern angemessene Informationen über die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group zur Verfügung zu stellen. Diese Berichterstattung wird jährlich in einem Sustainability-Linked-Bond-Fortschrittsbericht (SLB-Fortschrittsbericht) veröffentlicht. Der SLB-Fortschrittsbericht wird auf der Website der REWE Group spätestens am Reporting-Stichtag nach Ende des Berichtsjahres bis einschließlich dem Jahr der Zielbeobachtungstermin(e) veröffentlicht.

Der SLB-Fortschrittsbericht bildet die Grundlage für die Bewertung der Auswirkungen auf die Merkmale sämtlicher Wertpapiere, die unter diesem Framework ausgegeben werden, wie in Abschnitt 3.3 (Wertpapiermerkmale) dargelegt.

Wird eine Änderung der finanziellen und/oder strukturellen Merkmale des Wertpapiers aufgrund eines nicht erfolgten Reportings ausgelöst, tritt diese Änderung erst nach dem Reporting-Stichtag für das Jahr der jeweiligen Zielbeobachtungstermin(e) ein.

Der SLB-Fortschrittsbericht enthält alle relevanten Informationen, die für die Bewertung des Fortschritts in Bezug auf die SPTs (einschließlich der relevanten SPT(s) für den/die jeweiligen Zielbeobachtungstermin(e)) erforderlich sind, einschließlich, aber nicht beschränkt auf:

- die KPI-Performance für den jeweiligen Berichtszeitraum und, sofern zutreffend, für den Zielbeobachtungstermin, einschließlich der Berechnungsmethode und der Referenzwerte, falls zutreffend;
- Informationen zu eventuellen Neuberechnungen der KPI-Werte;
- einen Verifizierungsbericht in Bezug auf die KPI-Performance, in dem die Leistung gegenüber den SPTs und die damit verbundenen Auswirkungen auf die Wertpapiermerkmale sowie der Zeitpunkt dieser Auswirkungen dargelegt werden, und;
- Informationen über relevante Aktualisierungen der Emissionsminderungsstrategie des Unternehmens und/oder der Unternehmensführung, die sich auf die KPI und die Zielkurve auswirken.

Sofern machbar und möglich, wird der SLB-Fortschrittsbericht auch Folgendes enthalten:

- Qualitative und/oder quantitative Erläuterungen des Beitrags der wichtigsten Faktoren, einschließlich Fusionen und Übernahmen sowie organisatorischer Veränderungen, die für die Entwicklung der KPI-Performance verantwortlich sind, auf jährlicher Basis;
- Darstellung der positiven Nachhaltigkeitsauswirkungen der Performance-Verbesserung;
- Aktuelle Informationen über neue oder vorgeschlagene Verordnungen von Regulierungsbehörden, wie z. B. der EU, die für die KPIs relevant sind.

Der oben genannte SLB-Fortschrittsbericht wird von qualifizierten externen Gutachtern mit entsprechender Expertise verifiziert, wie in Abschnitt 3.5 (Verifizierung) beschrieben.

3.5. Verifizierung

Die REWE Group wird eine externe und unabhängige Verifizierung ihrer tatsächlichen KPI-Performance gegenüber den Zielen (einschließlich der relevanten SPT(s)) durch einen oder mehrere qualifizierte externe Gutachter mit entsprechender Expertise sicherstellen, wie in den ICMA Guidelines for Green, Social, Sustainability, and Sustainability-Linked Bonds External Reviews beschrieben, um Anlegern, Kreditgebern und anderen Stakeholdern Transparenz zu bieten und in Übereinstimmung mit den Sustainability-Linked Bond Principles. Die Verifizierung wird mit Limited Assurance von einem qualifizierten externen Gutachter mit entsprechender Expertise wie z. B. einem Wirtschaftsprüfer oder einem Umweltberater, durchgeführt. Die REWE Group kann den externen Gutachter nach eigenem Ermessen wechseln, sofern die hierin festgelegten Anforderungen erfüllt werden.

Die Verifizierung wird zusammen mit dem jährlichen SLB-Fortschrittsbericht der REWE Group auf der Website des Unternehmens spätestens am Reporting-Stichtag und in jedem Fall für ein SPT-bezogenes Trigger-Ereignis veröffentlicht, wie in Abschnitt 3.3 (Wertpapiermerkmale) dargelegt.

In Bezug auf ein SPT bildet die Verifizierung zusammen mit dem SLB-Fortschrittsbericht die Grundlage für die Bewertung, ob ein Trigger-Ereignis hinsichtlich eines unter diesem Framework ausgegebenen Wertpapiers eingetreten ist, wie oben in Abschnitt 3.3 (Wertpapiermerkmale) beschrieben.

Wird eine Änderung der finanziellen und/oder strukturellen Merkmale des Wertpapiers aufgrund einer nicht erfolgten Verifizierung ausgelöst, tritt diese Änderung erst nach dem Reporting-Stichtag für das Jahr der jeweiligen Zielbeobachtungstermin(e) ein.

3.6. Second-Party Opinion

Die REWE Group hat Sustainalytics als externen Gutachter beauftragt, eine unabhängige, ex-ante Second-Party Opinion zum Sustainability-Linked Bond Framework der REWE Group gemäß den Guidelines for Green, Social, Sustainability, and Sustainability-Linked Bonds External Reviews, die von den Green and Social Bond Principles entwickelt wurden, zu erstellen. Die Second-Party Opinion wird auf der Website des Unternehmens veröffentlicht.



HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Dieses Sustainability-Linked Bond Framework (das „Dokument“) dient der Bereitstellung allgemeiner, nicht vollständiger Informationen. Dieses Dokument kann durch Verweis öffentliche Informationen enthalten oder einbeziehen, die von der REWE Group nicht gesondert geprüft, genehmigt oder gebilligt wurden. Dementsprechend wird keine ausdrückliche oder stillschweigende Zusicherung, Gewährleistung oder Verpflichtung abgegeben, und die REWE Group übernimmt keine Verantwortung oder Haftung für die Fairness, Genauigkeit, Angemessenheit oder Vollständigkeit dieser Informationen. Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen und Meinungen werden von der REWE Group zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Dokuments zur Verfügung gestellt und können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Dieses Dokument kann Aussagen über zukünftige Ereignisse und Erwartungen enthalten, bei denen es sich um zukunftsgerichtete Aussagen handelt. Keine der in diesem Dokument enthaltenen Zukunftsprognosen, Erwartungen, Schätzungen oder Perspektiven sollten als Vorhersagen oder Versprechen betrachtet werden und auch nicht als Hinweis, Zusicherung oder Garantie dafür verstanden werden, dass die Annahmen, auf denen diese Zukunftsprognosen, Erwartungen, Schätzungen oder Perspektiven beruhen, richtig oder vollständig sind oder, im Falle der Annahmen, vollständig in diesem Dokument aufgeführt sind. Die REWE Group ist nicht verpflichtet, dieses Dokument oder die darin enthaltenen Aussagen zu aktualisieren oder zu ergänzen, falls sich Annahmen oder Faktoren, die diese Aussagen beeinflussen, ändern sollten, oder den Adressaten anderweitig zu benachrichtigen, wenn sich die hierin enthaltenen Informationen, Meinungen, Prognosen, Vorhersagen oder Schätzungen ändern oder nachträglich unzutreffend werden.

Dieses Dokument ist nicht als Rechts- oder Finanzberatung gedacht und sollte auch nicht als solche ausgelegt werden.

Dieses Dokument wird ausschließlich zu Informationszwecken zur Verfügung gestellt und stellt weder ein Angebot oder eine Aufforderung zum Kauf, zur Übernahme, zur Zeichnung oder zum anderweitigen Erwerb oder zur Veräußerung von Kreditinstrumenten oder anderen Wertpapieren („Wertpapiere“) der REWE Group dar, noch ist es Bestandteil eines solchen Angebots oder einer solchen Aufforderung und soll auch nicht als Grundlage für eine sonstige Bewertung von Wertpapieren durch Dritte dienen. Wenn ein solches Angebot oder eine solche Aufforderung erfolgt, so geschieht dies gemäß einer separaten und gesonderten Dokumentation in Form eines Prospekts, eines Informationsmemorandums, eines Termsheets oder eines ähnlichen Dokuments und der anderen darin durch Verweis einbezogenen Dokumente, eines Nachtrags dazu, der endgültigen Konditionen und eines damit verbundenen Termsheets zur Preisgestaltung. Jede Entscheidung zum Kauf oder zur Zeichnung von Wertpapieren im Rahmen eines solchen Angebots oder einer solchen Aufforderung sollte ausschließlich auf Grundlage der oben genannten Dokumente und nicht auf Grundlage des vorliegenden Dokuments getroffen werden. Die Weitergabe dieses Dokuments und der darin enthaltenen Informationen kann in einigen Ländern gesetzlichen Beschränkungen unterliegen. Personen, die eventuell in den Besitz dieses Dokuments gelangen, müssen sich über das Vorliegen solcher Beschränkungen erkundigen und diese einhalten. Die Informationen in diesem Dokument wurden nicht von unabhängiger Stelle überprüft. Der Empfänger ist allein für die Verwendung der hierin enthaltenen Informationen verantwortlich, und die REWE Group kann nicht für direkte, indirekte oder sonstige Schäden haftbar gemacht werden, die aus der Verwendung dieses Dokuments durch den Empfänger entstehen. Dieses Dokument ist das ausschließliche geistige Eigentum der REWE Group.



IMPRESSUM

Herausgeber:
REWE Group
Domstrasse 20
50668 Cologne

Photo Credits:

Andreas Teichmann (S. 2)
Fotografie Tomas Rodriguez (S. 4)
REWE Group (S. 6, 8, 10-11, S. 19, S. 22-23, S. 26, S. 27)
Getty Images / Alex Treadway (S. 12)
mauritus images / Westend61 / Ok Shu (S. 13)
Shutterstock / Look Studio (S. 15)
Getty Images / Jona Bastian (S. 16)
REWE Markt GmbH / Jürgen Arlt, www.arlt-photodesign.de (S. 18)
Hinterhaus Productions (S. 21)
mauritus images / Alamy Stock Photos / Jochen Tack (S. 22)
Adobe Stock / kosmos111 (S. 25)
mauritus images / Igor Golovnov / Alamy / Alamy Stock Photos (S. 28)
Taiyou Nomachi (S. 29)

Deutsche Lesefassung der englischsprachigen Originalfassung

