

25.01.2019

Wort gehalten: REWE hat bereits 100 zuckerreduzierte Eigenmarkenprodukte in den Regalen

Strategie unterstützt bewusster Ernährung ohne Einbußen bei Genuss und Geschmack



Innerhalb eines Jahres hat REWE 100 Produkte des Eigenmarkensortiments im Zuckergehalt gesenkt. Über 400 Artikel werden zur Zeit in ihrer Rezeptur angepasst und kommen demnächst in die bundesweit rund 3.500 REWE-Märkte. Damit erfüllt das Kölner Handelsunternehmen ein Versprechen aus 2018, das es in einer bundesweiten Kampagne zur Kommunikation seiner Zuckerreduktionsstrategie gegeben hat. Darüber hinaus ist REWE durch das Engagement im Bereich Zuckerreduktion Impulsgeber im Lebensmitteleinzelhandel und übernimmt als Händler gleichermaßen Verantwortung für einen bewussteren Zuckerkonsum.

„Auf die Rezepturen unserer vielen beliebten Eigenmarken haben wir direkten Einfluss. So können wir in unseren Supermärkten Angebote machen, die Kunden dabei helfen, die Gesamtaufnahme an Zucker zu reduzieren“, betont Hans-Jürgen Moog, bei REWE verantwortlich für den Einkauf und die

Eigenmarken. „Doch den Zuckeranteil bei unseren Eigenmarken zu senken, ist nur ein Baustein hin zu einer ausgewogenen Ernährung. Weitere Schlüsselfaktoren sind Information, Wissen und Bewegung. Darum ist es unser Anliegen, dass wir im Rahmen unserer Initiative auch die Kenntnisse über Zucker, Produkte und Zubereitungsmöglichkeiten bei den Verbrauchern steigern und auch in den intensiven Diskussionen mit der Industrie zu gehen.“

Bei der Zuckerreduktionsstrategie verfolgt REWE ein ehrgeiziges Ziel: Bis 2020 sollen alle relevanten REWE-Eigenmarken überprüft und mindestens die Hälfte der Produkte bereits mit reduziertem Zucker- oder Salzgehalt verfügbar sein – von ja!, REWE Beste Wahl und REWE Regional bis hin zu REWE Feine Welt, REWE Bio und REWE To Go. Für 2018 ist das Etappenziel von 100 Produkten ausgelobt und erreicht worden. Hierbei standen Molkereiartikel und Speiseeis, Cerealien und alkoholfreie Erfrischungsgetränke im Fokus. Mit den zuckerreduzierten Eigenmarken sowie den vielen Rezepten und Tipps auf rewe.de/wenigerzucker wird es für die Verbraucher einfacher, sich ohne Einbußen bei Genuss und Geschmack zuckerbewusster zu ernähren. Zudem werden viele Eigenmarken-Produkte – beispielsweise Brot und Backwaren – auch auf ihren Salzgehalt hin untersucht, der ebenfalls reduziert werden soll.

Bei diesem Veränderungsprozess ist es REWE wichtig, die Kunden von Anfang an mit einzubeziehen. Die aufmerksamkeitsstarke Kampagne „Du bist Zucker. Wie viel Zucker brauchst du noch?“ vor exakt einem Jahr bildete den Auftakt. REWE ließ vier Wochen lang Kunden online über ihren persönlichen Favoriten eines Schokoladenpuddings in vier Zuckerstufen abstimmen mit dem Versprechen: Die Gewinnerrezeptur des Schoko-Klassikers wird im Anschluss an die Aktion bei REWE erhältlich sein und den ursprünglichen REWE Beste Wahl Schokopudding ersetzen. Nach Auszählung von rund 120.000 Stimmen konnte sich der Siegerpudding mit 30 Prozent weniger Zucker klar gegen seine Konkurrenten durchsetzen und findet heute mehr Zuspruch als jemals zuvor. Im Rahmen der in Kürze startenden Kampagne „Das Leben schmeckt. Auch mit weniger Zucker.“ lässt REWE vom 11. Februar an Verbraucher erneut entscheiden, wie viel Zucker sie wirklich brauchen. Zur Abstimmung steht das „REWE Deine Wahl Triple Choc Knusper Müsli“ als Probierpackung in drei Zuckerstufen – in der Originalrezeptur sowie mit 15 und 30 Prozent weniger Zucker und ohne Einsatz von alternativen Süßungsmitteln. Die Dreier-Testpackung gibt es für 1,49 € in den bundesweit rund 3.500 REWEMärkten sowie im REWE Online-Shop. Über ein Online-Voting auf rewe.de/deinewahl können die Kunden vom 11. Februar bis 4. März ihren Geschmacksfavoriten küren. Der Sieger mit den meisten Stimmen kommt wieder ins Sortiment.

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 21,2 Mrd. Euro (2017), mehr als 120.000 Mitarbeitern und über 3.300 REWE-Märkten gehört die REWE Markt GmbH zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die REWE-Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige REWE-Kaufleute betrieben. Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2017 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 58 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren 345.000 Beschäftigten und 15.300 Märkten in 22 europäischen Ländern präsent.

Für Rückfragen:

REWE Unternehmenskommunikation, presse@rewe.de

