

23.06.2023

# Tschüss Papier-Prospekt! REWE verabschiedet ein Stück Handelstradition

## Große Kampagne begleitet den nächsten Meilenstein in der digitalen Transformation

Autor:in  
Frauke Weber  
PR-Managerin



NABU-Bundesgeschäftsführer Leif Miller und Elke Wilgmann, Geschäftsleiterin Marketing REWE, mit dem letzten Papier-Prospekt.

Am 1. Juli 2023 geht bei REWE und damit im deutschen Lebensmitteleinzelhandel eine Ära zu Ende, denn REWE verabschiedet sich vom gedruckten Papier-Prospekt. Dieser mutige Schritt markiert das Ende einer Handelstradition in Deutschland, ist für REWE aber nur der konsequente nächste Schritt innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie. Auf diesem Weg transformiert REWE sukzessive und erfolgreich ihre Prozesse und Angebote. Insbesondere mittels Digitalisierung – dort, wo sich für Kund:innen Mehrwert ergibt. Eine große Kampagne nimmt die Kund:innen jetzt mit in die neue Ära. Details der Kampagne stellte Elke Wilgmann, Geschäftsleiterin Marketing, in der #UMDENKBAR Galerie in Berlin vor.

Durch den Verzicht auf Druck und Verteilung des Prospekts trägt REWE zum Klimaschutz bei. Kein Print-Prospekt bedeutet auch jährliche Einsparungen von mehr als 73.000 Tonnen Papier, 70.000 Tonnen CO<sub>2</sub>, 380 Millionen kWh Energie und 1,1 Millionen Tonnen Wasser. „Mit der Abschaffung des Print-Prospekts sind wir einmal mehr first mover und schreiben Geschichte. Wir sind der erste LEH in Deutschland, der sich diese Entscheidung zutraut und sie auch umsetzt. Es gehört zum REWE Weg, den Mut für eine solche Entscheidung aufzubringen. Damit zeigen wir, dass wir das Thema Nachhaltigkeit auf allen Ebenen sehr ernst nehmen“, sagt Elke Wilgmann, Geschäftsleiterin Marketing.

📄 [Infografik "Einsparungen" zum Download](#)

In der #UMDENKBAR Galerie waren daher die Nachhaltigkeitsinitiativen von REWE und die Einsparpotenziale noch einmal plakativ dargestellt. Außerdem interpretierten die vier Künstler:innen Bond Truluv, Luisa Jung, Random EXP und Marcel Kreuzer den Abschied vom Papier-Prospekt samt Einsparungen auf ihre Art und Weise: In teils großformatigen Installationen standen der letzte Papier-Prospekt und seine Auswirkungen auf das Klima im Mittelpunkt.

„Gleichzeitig ist es wichtig, den Kund:innen zu vermitteln, dass es unsere wöchentlich 300 Angebote auch weiterhin geben wird. Wir haben innerhalb unserer gerade gestarteten Kampagne eine große Media-Mix-Palette, die wir voll umfänglich nutzen werden. So reinvestieren wir die eingesparten Druckkosten des Handzettels vollständig und erhalten damit eine hohe Sichtbarkeit unserer Angebote aufrecht“, so Elke Wilgmann weiter.



Youtube  Video Poster

Bereits fünf Wochen vor der Abschaffung des Print-Prospekts hatte REWE zunächst einen Countdown gestartet, an den sich jetzt die große Kampagne anschließt (läuft noch bis 16. Juli), die das Creative Hub entwickelt hat. Der **TV Spot** greift unter #UMDENKBAR die Nachhaltigkeitsvorteile auf und zeigt,

wie einfach digitales Sparen funktioniert. In aufmerksamkeitsstarken Motiven erfahren REWE Kund:innen, wo sie die Angebote auch weiterhin finden: in der **REWE App**, bei Whatsapp, dem **REWE Newsletter**, auf der **Webseite** und natürlich ganz stark am PoS in den Märkten. Dort sind Mitarbeiter:innen als Expert:innen geschult worden, die Kund:innen direkt vor Ort helfen können. Außerdem ist REWE für den Rest des Jahres auch auf digitalen Handzettelportalen, in Tageszeitungen, Radio und TV extrem präsent.

Das verantwortliche Team:

Unternehmen: REWE Markt GmbH, Köln

Elke Wilgmann, Geschäftsleiterin Marketing

Kreation: Creative Hub (REWE Marketing und Saatchi & Saatchi)

Regie: Björn Swoboda

Filmproduktion: Markenfilm Hamburg

Musiktitel: Hello Goodbye

Musik & Text: John Lennon, Paul McCartney, © Sony/ATV Tunes LLC

Subverlag: Sony Music Publishing (Germany) GmbH

Mediaagentur: OMD Düsseldorf

Digital Kreation: REWE Marketing

Digital Media: REWE Marketing

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 28,4 Mrd. Euro (2022), bundesweit mehr als 160.000 Mitarbeitenden und 3.800 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 2022 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von 84,8 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 384.000 Beschäftigten in 21 europäischen Ländern präsent.

Für Rückfragen: REWE Unternehmenskommunikation, [presse@rewe.de](mailto:presse@rewe.de)

