

19.01.2024

Grüne Woche: REWE Group stellt Zusammenarbeit mit der heimischen Landwirtschaft in den Fokus

Messestand gibt breiten Überblick über Förder- und Innovationsprojekte von REWE und PENNY

Autor:in
Thomas Bonrath
Pressesprecher



Die Grüne Woche (19. - 28. Januar) in Berlin ist die internationale Leitmesse für Ernährung und Landwirtschaft. Die REWE Group ist mit ihren Vertriebslinien REWE, PENNY und dem Anfang 2023 gegründeten Kompetenzzentrum Landwirtschaft auf dem ErlebnisBauernhof des Forums Moderne Landwirtschaft zu Gast.

Im Mittelpunkt des Messeauftritts steht der direkte Austausch mit Erzeugern, Politik und interessierten Verbraucher:innen. „Mit unseren REWE- und PENNY-Märkten in ganz Deutschland sind wir ein Bindeglied zwischen Erzeuger:innen und Verbraucher:innen. Wir kennen die Bedürfnisse der Kundschaft und die Herausforderungen der heimischen Landwirtschaft aus erster Hand. Bei der REWE

Group sind wir überzeugt, dass wir nur gemeinsam die Herausforderungen der Agrarbranche angehen, Ernährung sichern und die Natur schützen können. Dafür braucht es einen offenen und konstruktiven Dialog auf Augenhöhe. Deshalb freuen wir uns auf den Austausch auf der Grünen Woche“, sagt Hans-Jürgen Moog, im REWE Group Vorstand für Ware und Einkauf verantwortlich.

Überblick über Förder- und Innovationsprojekte

Unter dem Standmotto „REWE Group und Landwirtschaft. Zusammen Wachsen“ macht das Handelsunternehmen auf 200 Quadratmetern erlebbar, mit welchen Förder- und Innovationsprojekten rund um Klimaschutz, Regionalität und Tierwohl es die heimische Landwirtschaft unterstützt. An drei „Themeninseln“ können Besucher:innen sich über die verschiedenen Initiativen informieren. Die Baumarktkette toom, die ebenfalls zur REWE Group gehört, gestaltet den Stand mit Pflanzen aus dem eigenen Sortiment.

Kompetenzzentrum Landwirtschaft stellt Förderprogramm Klimaschutz vor

Die erste Themeninsel ist dem **Kompetenzzentrum Landwirtschaft** gewidmet. Durch den Schulterschluss von REWE Group und Agrarexpert:innen werden aus innovativen Ideen konkrete, wegweisende Projekte für die Zukunft und Stärkung der heimischen Landwirtschaft. Bei der Grünen Woche stellt das Kompetenzzentrum Landwirtschaft neben den **Tierwohl-Maßnahmen der REWE Group** auch das **neue Förderprogramm Klimaschutz** von REWE und PENNY Deutschland vor. Als erste deutsche Lebensmitteleinzelhändler co-finanzieren REWE und PENNY Klimaschutzprojekte ihrer Eigenmarken-Lieferanten, um gemeinsam Treibhausgas-Emissionen in der Lieferkette zu reduzieren.

PENNY Zukunftsbauer unterstützt Landwirte bei klimaschonenden Investitionen

Der Discounter PENNY hat bei seiner Premiere auf der Grünen Woche vier Themen im Gepäck. An der zweiten Themeninsel können Besucher:innen sich nicht nur über die Produkte von PENNYs Bio-Eigenmarke **Naturgut** und die neue regionale Eigenmarke **Marktliebe** informieren. Der Händler stellt auch die Kampagne **Wahre Kosten** und das **Förderprogramm Zukunftsbauer** vor, das PENNY gemeinsam mit der Molkerei Berchtesgadener Land umsetzt. Der Lebensmittelhändler verzichtet beim Verkauf aller „Berchtesgadener Land“ Milchprodukte auf einen Teil der Handelsspanne. Die Molkerei Berchtesgadener Land verdoppelt den Betrag. Mit dem Fördergeld werden Landwirt:innen im Alpenraum dabei unterstützt, ihre Betriebe energetisch zu optimieren und klimaschonender zu gestalten.

REWE setzt auf Regionalität

Bei der Vermarktung regionaler Produkte zählt REWE zu den Vorreitern im deutschen Lebensmittelhandel. Auf der REWE-Themeninsel am Messestand gibt der Vollsortimenter einen Überblick über sein Engagement für **regionales Fleisch**. Am Beispiel der Betriebe Gemüsebau Steiner und BIOhof Kirchweidach zeigt REWE zudem, wie man in Deutschland ganzjährig Obst und Gemüse regional und nachhaltig anbauen kann – und so die heimischen Erzeuger noch stärker unterstützt und künftig auf Importe aus Ländern wie Spanien oder Marokko verzichten könnte. REWE hat auch seinen langjährigen Partner NABU (Naturschutzbund Deutschland e.V.) mit zur Grünen Woche gebracht. Hier können sich landwirtschaftliche Betriebe darüber informieren, wie der **NABU-Klimafonds** sie bei der Nassbewirtschaftung trockengelegter Moorflächen oder der Umstellung auf Ökolandbau unterstützen kann.

Der Stand der REWE Group befindet sich in Halle 3.2 (Stand 103). In Halle 22a (Stand 157) ist die

Eigenmarke REWE Bio zusätzlich mit einem eigenen Stand vertreten.

Weitere Informationen und Bildmaterial zum Auftritt der REWE Group auf der Grünen Woche finden Sie auch im Lauf der Messe auch im [REWE Group Newsroom](#) und im [REWE Mediacenter](#).

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