02.08.2012

REWE REGIONAL: Neue Eigenmarke eingeführt

Mit dem zusätzlichen Angebot erweitert REWE das schon bestehende Angebot von lokalen Produkten

REWE hat eine neue Eigenmarke für Obst und Gemüse eingeführt: REWE REGIONAL. Die Produkte sind ab sofort bundesweit in allen REWE Märkten erhältlich. Damit reagiert Deutschlands zweitgrößter Lebensmittelhändler auf die wachsende Zahl von Verbrauchern, die sich Ware aus der Region oder dem lokalen Umfeld wünschen. Mit dem zusätzlichen Angebot erweitert REWE das schon bestehende Angebot von lokalen Produkten. Schon jetzt vermarktet REWE unter dem Namen „Landmarkt“ und „Aus Liebe zur Heimat“ lokale Produkte von über 1.000 lokalen Erzeugern.

Unter REWE REGIONAL startet ein saisonal wechselndes Angebot mit zunächst rund einem Dutzend ausgesuchter und hochwertiger Artikel aus dem Obst- und Gemüsesortiment. REWE ist darüber hinaus der erste Einzelhändler in Deutschland, der eine Eigenmarke für regionale Produkte bundesweit unter einer einheitlichen Marke und Produktgestaltung anbietet.

Regionalität steht aus Verbrauchersicht für eine Bandbreite an Themen und Vorteilen wie Frische, Förderung der lokalen Wirtschaft, kürzere Lieferwege und nachvollziehbare Herkunft. REWE REGIONAL bezeichnet zwar eine nationale Eigenmarke, die Obst- und Gemüseartikel stammen aber immer aus der jeweiligen Region des Marktes, in dem sie angeboten werden. Das Sortiment umfasst anfangs und je nach Saison 10 bis 20 Artikel im Obst- und Gemüsebereich. Der Kunde findet die Produkte im Obst- und Gemüsebereich des REWE Marktes.

Dabei ist die bezeichnete „Region“ entweder das Bundesland (z.B. Nordrhein-Westfalen), die traditionelle Gegend (z.B. Frankenland) oder die topographische Region wie beispielsweise der Bodensee. Die Deklaration auf der Verpackung und der Text unter dem Produktnamen zeigen an, aus welcher Region das Produkt kommt. Die Marke bleibt dabei bewusst und deutlich auf der regionalen Ebene; die Herkunftsangabe reicht nicht in die Lokalität hinein, wie sie zum Beispiel bei Artikeln von Nachbarschaftshöfen gegeben ist.

„REWE REGIONAL ist für Kunden, die mit ihrem Einkauf gezielt ihre Region unterstützen wollen. Mit der neuen regionalen Handelsmarke erhalten sie qualitativ hochwertige und frische Lebensmittel. Vertrautes und Bewährtes mit Herkunftsbezeichnung von Herstellern aus ihrer Nähe“, erklärt Lionel Souque, im Vorstand der REWE Group für die REWE Märkte in Deutschland verantwortlich. „Die Transparenz der Herkunft schafft Vertrauen. Möglichst kurze Transportwege sowie die Förderung heimischer Landwirtschaftsbetriebe sind Aspekte, die den Kunden als auch REWE als nachhaltig agierendes Unternehmen ganz besonders wichtig sind.“

Über REWE

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2011 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von über 48 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren 323.000 Beschäftigten und 15.700 Märkten in 13 europäischen Ländern präsent. In Deutschland erwirtschafteten im Jahr 2011 rund 222.000 Mitarbeiter in über 11.000 Märkten einen Umsatz von 35 Milliarden Euro.
Zu den Vertriebslinien zählen Super- und Verbrauchermärkte der Marken REWE, REWE CENTER, REWE CITY, toom und BILLA, der Discounter PENNY, die Baumärkte von toom Baumarkt und B1 Discount Baumarkt sowie die Elektronikfachmärkte von ProMarkt. Zur Touristik gehören die Veranstalter ITS, Jahn Reisen und Tjaereborg sowie Dertour, Meier's Weltreisen und ADAC Reisen sowie die Geschäftsreisesparte FCm Travel Solutions und rund 2.100 Reisebüros (u.a. Atlas Reisen, DER Reisebüro, DERPART).