

14.01.2022

## Neue REWE Kampagne „Gutes beginnt mit mir“: Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit

Jeder Kauf entscheidet über Tierwohl und Verpackungsmüll



Jeder Griff in den REWE Märkten kann zu mehr Nachhaltigkeit beitragen.

Immer mehr Verbraucher:innen in Deutschland interessieren sich besonders für Natur- und Umweltschutz <sup>1</sup> in ihrem Alltag und richten ihren Einkauf darauf aus. Das gilt auch für Lebensmittelprodukte. In einer Umfrage geben jeweils über die Hälfte von ihnen an, beim Einkauf von Fleisch, Obst und Gemüse auf den Aspekt der Nachhaltigkeit zu achten, beim Kauf von Eiern immerhin noch 44 Prozent<sup>2</sup>. Gleichzeitig haben viele Verbraucher:innen aber den Eindruck, dass sie mit ihrem Verhalten wenig bewirken, wenn es um die großen Themen wie Tierwohl, umweltfreundlichere Verpackungen und Klimaschutz geht. Dass Kund:innen aber sehr wohl Einfluss haben, zeigt REWE mit der neuen Omnichannel-Kampagne zum Jahresbeginn: „Gutes beginnt mit mir“ läuft ab dem 17. Januar auf allen Kanälen für acht Wochen.

Keine:r kauft allein im Supermarkt, täglich greifen hunderttausende Menschen zu ganz verschiedenen Produkten. Doch wenn sich alle gemeinsam einsetzen, passiert viel Gutes. REWE bestärkt mit der

neuen Kampagne Kund:innen darin, mit ihrer Entscheidung zum Beispiel für REWE Bio Produkte den Unterschied zu machen. Und belegt die Auswirkungen der Kaufentscheidungen mit konkreten, produktbezogenen Zahlen aus den Bereichen Tierwohl, Verpackung und Klima, die prominent in der Kampagne kommuniziert werden:

100 Prozent ohne Kükentöten: Aufzucht aller männlichen Küken bei allen REWE Eigenmarken Eiern.

Mindestens 180 Tage Weidegang pro Jahr: Die Angabe bezieht sich auf den Weidegang für Naturland-Kühe in der Vegetationszeit (Sommerhalbjahr). Naturland-Kühe liefern die Milch zum Beispiel für REWE Bio frische Vollmilch.

290 Tonnen weniger Verpackung: Summe des jährlich eingesparten Verpackungsmaterials bei unverpacktem REWE Bio Obst und Gemüse.

29 Tonnen weniger Plastikmüll entstehen im Vergleich von REWE Bio Joghurt (500 ml) im Glas zu herkömmlichen Joghurtbechern (500 ml) aus Plastik.

83 Prozent weniger CO<sub>2</sub>: Wert bezieht sich auf den Vergleich des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes zwischen REWE Bio veganen Haferbällchen (500 g) und Schweinefleisch-Frikadellen (500 g).

Alle Details und Berechnungen sowie weitere wichtige Themen rund um Nachhaltigkeit bei REWE gibt es leicht verständlich aufbereitet auf der Seite [rewe.de/einfach-nachhaltig](https://rewe.de/einfach-nachhaltig).

„Niemand schafft die Wende zur Nachhaltigkeit allein. Mit unserer Kampagne zeigen wir, dass jede kleine gleichgerichtete Tat einen großen Effekt hat, wenn sie jeden Tag in unseren über 3.700 Märkten millionenfach ausgeführt wird. Deshalb motivieren wir unsere Kund:innen, mit ihren täglichen Entscheidungen zu mehr Nachhaltigkeit im Alltag beizutragen“, erklärt Clemens Bauer, Leiter REWE Marketing, den Hintergrund der Kampagne. „Und es ist ja auch ganz einfach, weil jede:r mit einem Griff zum Beispiel zu unseren REWE Bio Produkten schon viel Gutes bewirken kann.“

Wie leicht es geht, thematisieren auch die TV-Spots sowie speziell für die Website und Social Media produzierte Animationen. Damit Kund:innen die Auswirkungen ihrer Kaufentscheidungen direkt digital erleben, ruft REWE zudem zur „Millionen-Griffe-Challenge“ auf: Wenn während der Kampagnenlaufzeit zwölf, 30 oder 40 Millionen Griffe zu REWE Bio Produkten getätigt worden sind, erhalten Kund:innen Danke-Coupons mit verschiedenen Rabatten in der REWE App. Wer seinen Kassenbon auf [rewe.de/einfach-nachhaltig](https://rewe.de/einfach-nachhaltig) hochlädt, kann außerdem nachhaltige Preise wie Bahncards, E-Lastenräder oder E-Roller gewinnen.

Die TV-Spots:

Tierwohl: <https://www.youtube.com/watch?v=DAY5LhOHavc>

Verpackung: <https://www.youtube.com/watch?v=AveeJcBt3V4>

Das verantwortliche Team:

Unternehmen: REWE Markt GmbH, Köln  
Clemens Bauer, Leiter Marketing

Kreativ Agentur: thjnk Hamburg  
Regie: Zornitsa Dimitrova

Filmproduktion: AKKURAT Studios GmbH  
Musik: Zwei Music  
Mediaagentur: OMD Düsseldorf  
Digital Kreation: REWE Marketing  
Digital Media: REWE Marketing

#### Über REWE:

Mit einem Umsatz von 26,5 Mrd. Euro (2020), bundesweit 161.000 Mitarbeitern und über 3.700 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 2020 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 75 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 380.000 Beschäftigten in 22 europäischen Ländern präsent.

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

1 Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/170945/umfrage/interesse-an-naturschutz-und-umweltschutz/>

2 Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1259767/umfrage/nachhaltigkeitsaspekte-bei-bestimmten-produkten-in-deutschland/>