

Agrar Think Tank ÖSF

REWE INTERNATIONAL AG

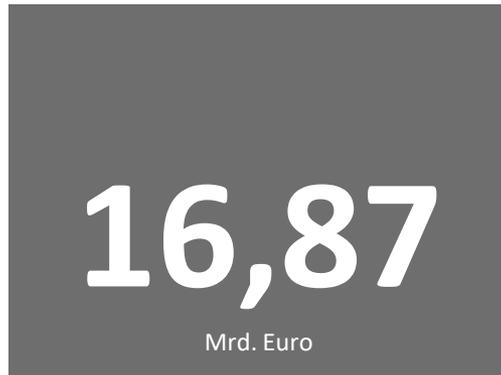
Thomas Zopf / Gruppenleiter Einkauf Gemüse Ware II

16. Mai 2019



ERFOLGREICH IN ÖSTERREICH UND INTERNATIONAL

Die REWE International AG in Zahlen:



GESAMTBRUTTOUMSATZ 2018



MITARBEITER/INNEN 2019



FILIALEN 2019

^a davon mehr als 44.000 in Österreich

^b davon über 2.500 in Österreich

SORTIMENTS- UND BESCHAFFUNGSSTRATEGIE

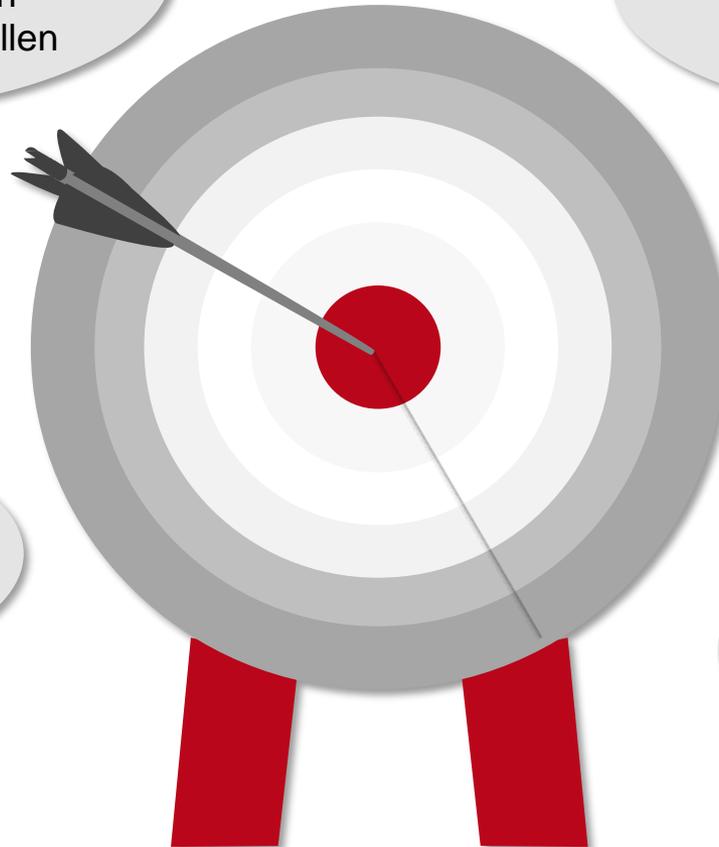
Vollversorgung ist unsere oberste Priorität – was bestellt ist, versuchen wir mit allen Mitteln zur Verfügung zu stellen

Wir haben das größtmögliche Bio Angebot (Ja! Natürlich)

Wir stellen den Märkten die frischesten Produkte zur Verfügung

Wir haben das größte Angebot an österreichischen Artikel

Wir haben Produkte die andere nicht haben –
Differenzierung!



WOFÜR STEHT OBST-, GEMÜSE- UND BLUMENEINKAUF

- Täglich frischeste Ware für unsere Kunden
- Wöchentlich aktuellstes Sortiment
- Klare Differenzierung – wir haben Artikel die andere nicht haben
- Forcierung der Zusammenarbeit auf regionaler Ebene
- Sicherstellung der täglichen Vollversorgung
- Klare Markenpyramide inklusive Preisleiter



WORAUF LEGEN KONSUMENTEN WERT...

„Verbraucher sind zunehmend an der Welt ‚hinter‘ einem Produkt, das sie kaufen, interessiert. Abgesehen von Preis und Qualität, wollen sie auch wissen, wie und wo und von wem das Produkt hergestellt worden ist.“

Klaus Töpfer,
ehrenamtlicher Exekutivdirektor,
United Nations Environment Programme (UNEP)

1. Frische

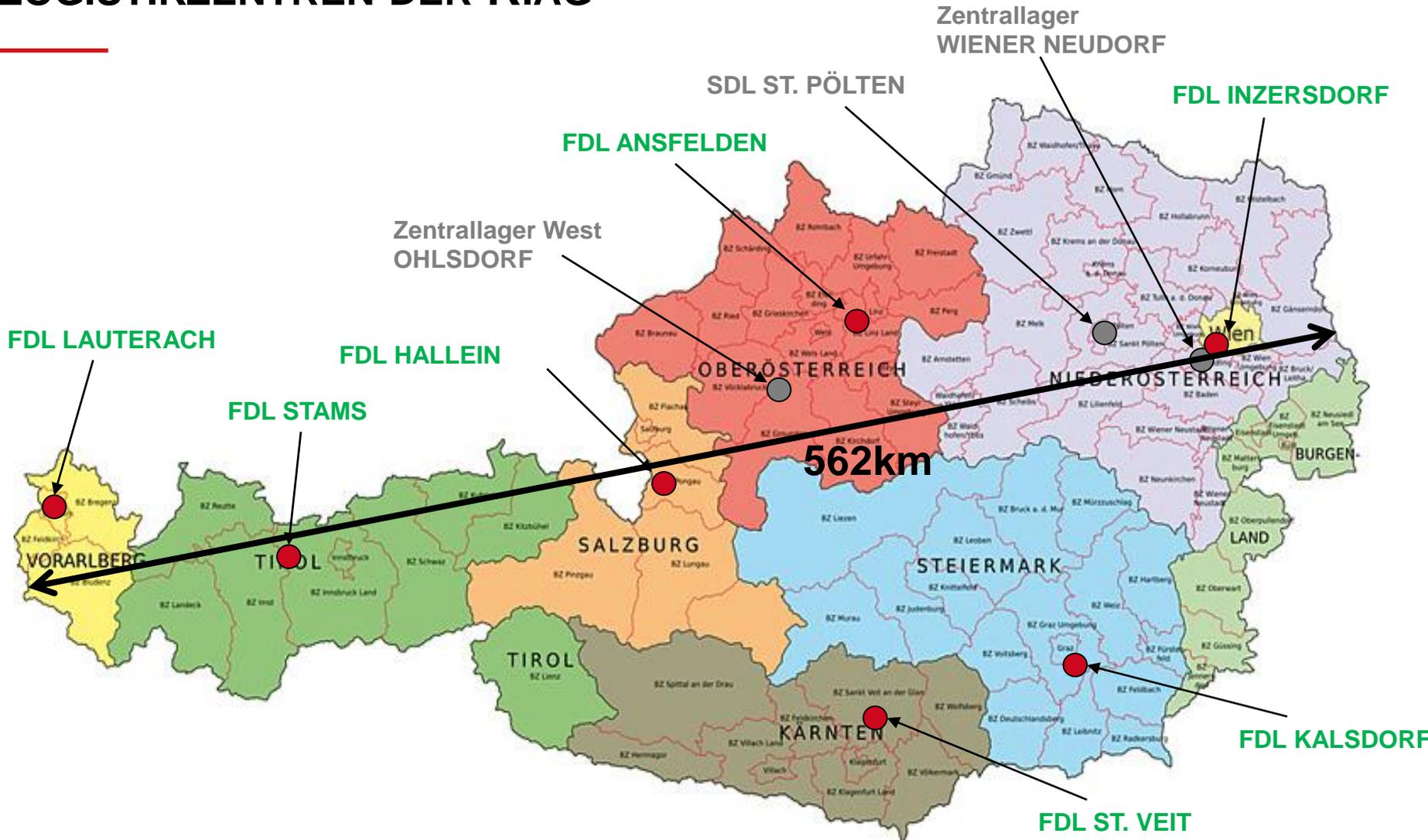
2. Auswahl

3. Qualität/
Geschmack

4. Herkunft
Wo / Wie / Wer

5. Preis

LOGISTIKZENTREN DER RIAG



TRANSPARENZ IN DER LIEFERKETTE



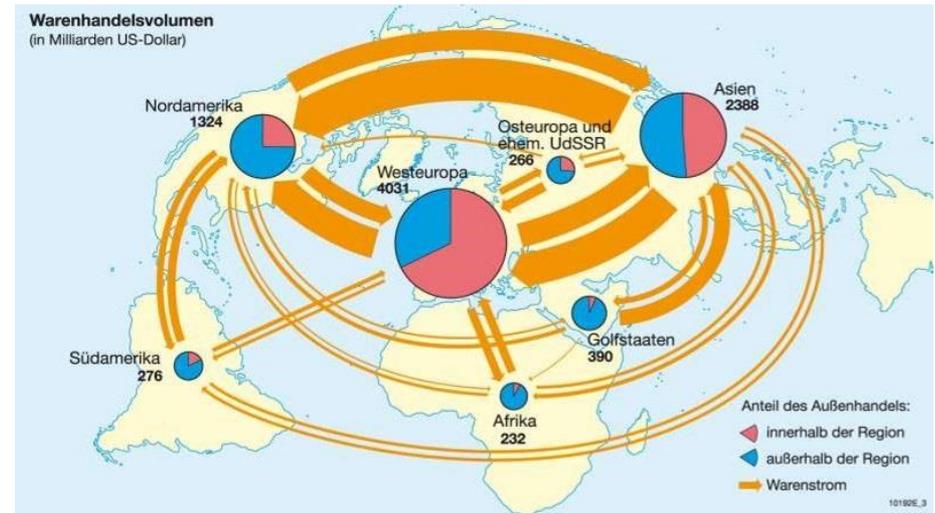
...ES WIRD NICHTS DEM ZUFALL ÜBERLASSEN

QUALITÄTSMANAGEMENT + QUALITÄTSSICHERUNG

HERAUSFORDERUNGEN IN DER BESCHAFFUNG: GLOBALISIERUNG

WACHSENDES BEDENKEN BEI DER LEBENSMITTELSICHERHEIT
UNSERER KONSUMENT/INNEN

- **Lange Transportwege**
- **Kinderarbeit**
- **Umweltverschmutzung**
- **Verpackung**
- **Gentechnisch verändert**
- **Pestizide**
- **Überfluss**



BESCHAFFUNG DER PRODUKTE IN NACHBARLÄNDERN:

- Überfluss
- Druck auf den Preisen von heimisch produzierten Lebensmitteln

WAS SIND TRENDS?

Megatrends

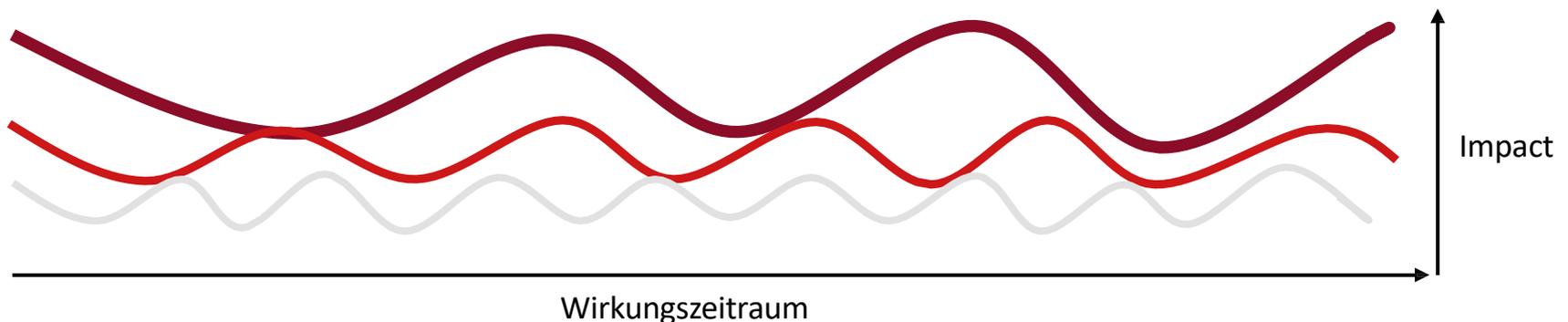
- **langfristig** – wirken über Jahrzehnte
- **global** – wirken über Ländergrenzen hinweg
- **ubiquitär** – haben Einfluss auf viele Lebensbereiche

Sozio-kulturelle Trends und Konsumtrends

- **mittelfristig** Entwicklungen
- i.d.R. Veränderungen der **sozialen, kulturellen Konsumgewohnheiten**

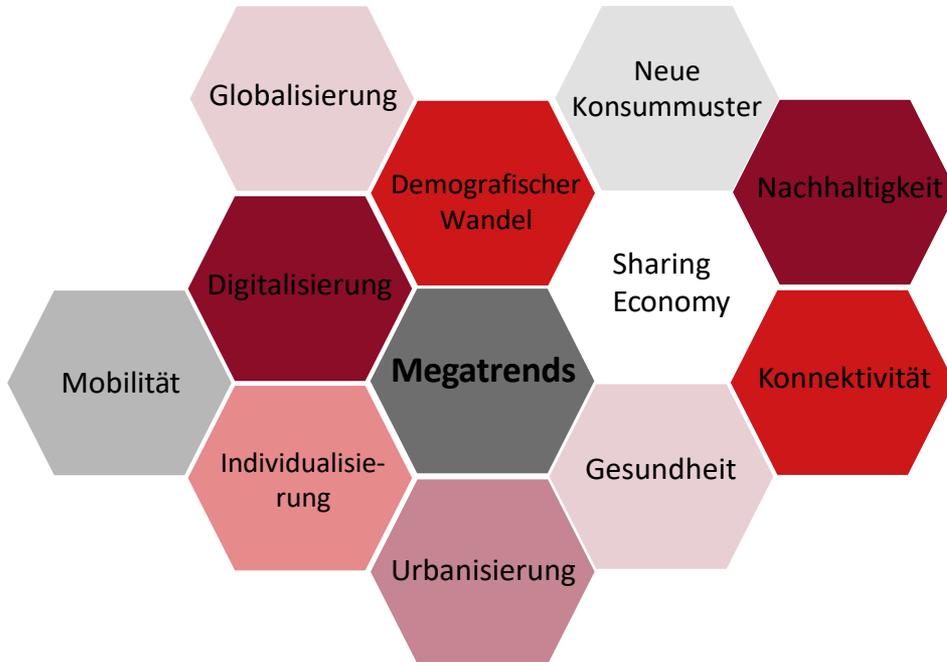
Marktsignale

- **einzelne, neuartige und schnellebige Produkte und Services**
- ermöglichen Rückschlüsse auf die Entwicklung von Trends



MEGATREND / GEGENTREND

Beispiele



Gegentrends

Trends lösen häufig Gegentrends aus

→ Einzelne orientieren sich in entgegengesetzte Richtung

→ immer mehr Individuen folgen ihnen

→ ein neuer Trend entsteht (entgegen dem ursprünglichen)

zB: **Globalisierung** vs **Tradition**

Beispiele für Trends im LEH

- **Fleisch** – weniger Konsum dafür höherwertige Ware
- **Eier** – Freilandhaltung hat Bodenhaltung in den Marktanteil abgelöst und wächst weiter
- **Gemüse** – Süßkartoffel schon lange kein Nischenprodukt mehr
- **Kürbis** – entwickelt sich zum Ganzjahresprodukt
- **Paprika** – Konsum von süßen, spitzen Sorten wird immer stärker – grüne Ware stagniert
- **E-Commerce** – spezielle Herausforderungen in der Frische (Kunden müssen überzeugt werden)

NACHHALTIGKEIT

Aktive **nachhaltige** Sortimentsgestaltung &
Förderung des Konsums **nachhaltiger** Produkte



NACHHALTIGKEIT

„BLÜHENDES ÖSTERREICH“

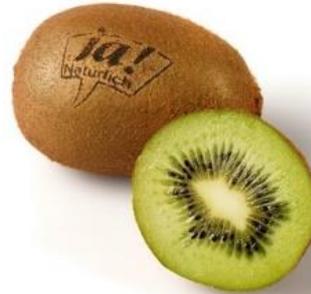


- Projekt steht für **Erhaltung der Artenvielfalt** von Tieren und Pflanzen und stellt somit Lebensraum für Bienen, Schmetterlinge, seltene heimische Vögel, Blumenwiesen und damit auch Erholungsräume für Menschen zur Verfügung.
- ausgewählte Flächen bekommen somit die Chance aufzublühen → **langfristig natürlicher Lebensraum**
- „Da komm` ich her!“ ist Förderer vom Projekt „Blühendes Österreich“
- In Kooperation mit der Naturschutzorganisation BIRDLIFE
- **1 CENT** pro verkauften „Da komm` ich her!“-, „Ich bin Österreich“-, „be good“-, „Mercur Immer Grün“-Produkt geht an das Projekt.
- Ziel: 1.000 ha „Blühendes Österreich“



NACHHALTIGKEIT

„RAUS AUS PLASTIK“



MINDESTSTANDARDS FÜR UNSERE LIEFERANTEN



Global GAP



AMA GAP



AMA für „Da komm ich her“ und „Ich bin Österreich“



Bio für Ja! Natürlich und Echt Bio



IFS für Weiterverarbeitung von Lebensmittel

THOMAS ZOPF

REWE INTERNATIONAL AG
GRUPPENLEITER EINKAUF GEMÜSE WARE II

TEL.: +43 2236 600-5459

FAX: +43 2236 600-85459

E-MAIL: t.zopf@rewe-group.at

WEB: <http://www.rewe-group.at>



**GEMEINSAM AN
MORGEN DENKEN**

