

## POLITIK DER TAUSEND KÖPFE

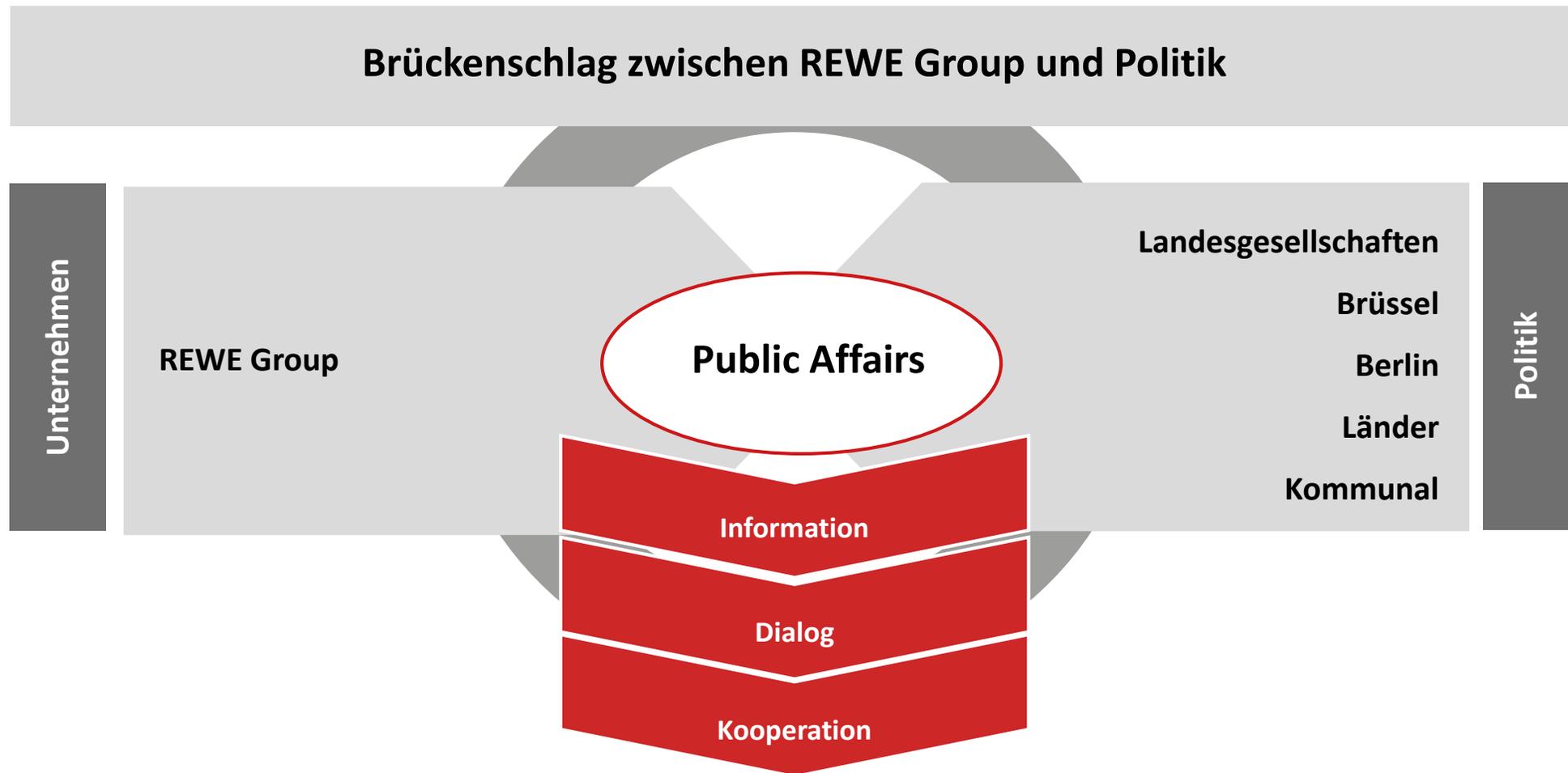
Politische Kommunikation der REWE Group



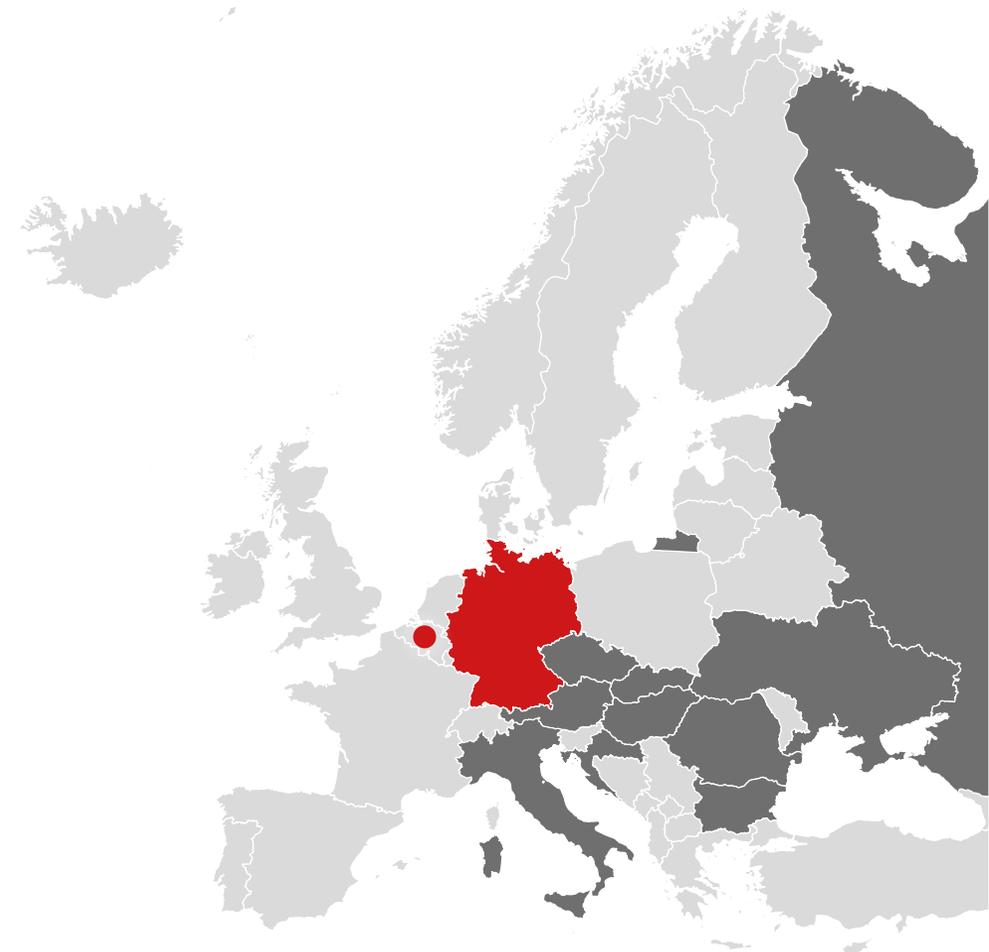
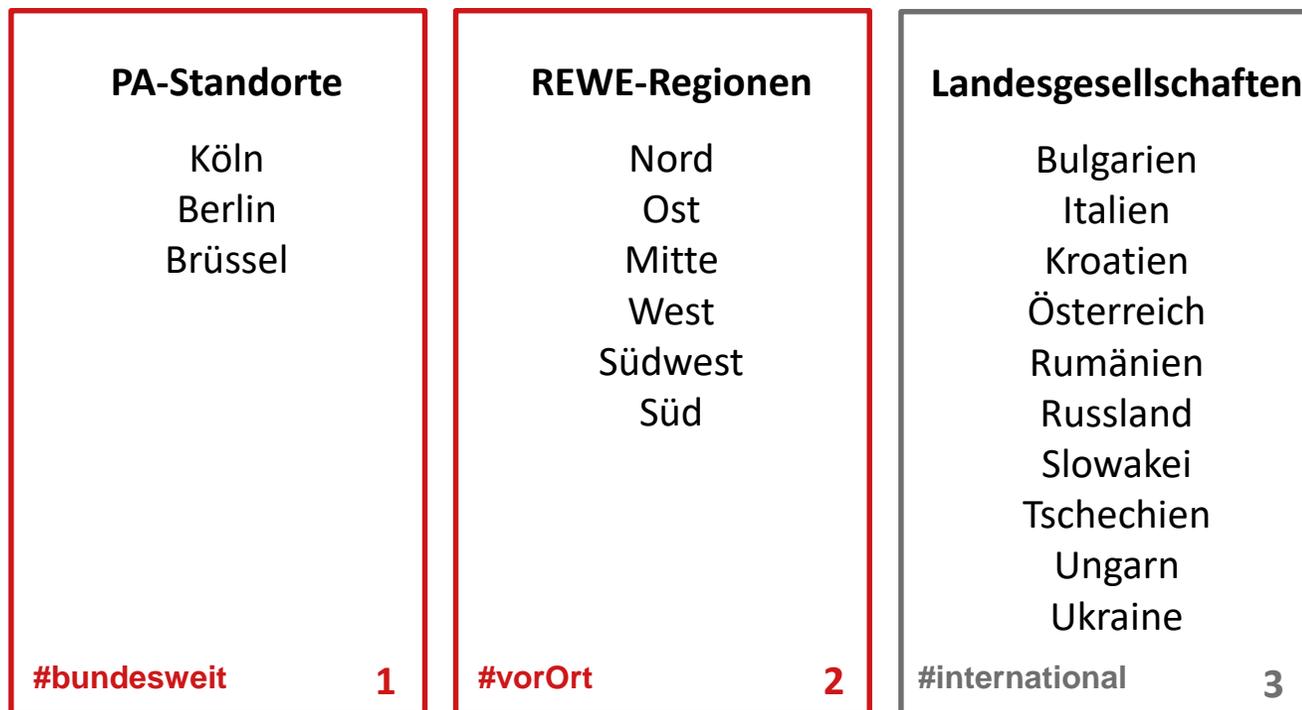
**Emilie Bourgoin**  
Leiterin Public Affairs  
REWE Group



## UNSERE VISION: POLITIK FÜR UND DURCH JEDEN MITARBEITER



# UNSERE PUBLIC AFFAIRS-ARBEIT BASIERT AUF DREI SÄULEN



## MIT DEM „KAPILLARSYSTEM“ GELINGT PA-ARBEIT VOR ORT – KOORDINIERT UND ABGESTIMMT



REWE verfolgt eine „Politik der Tausend Köpfe“



Kaufleute als Ansprechpartner für EU-, Bundes-, Landes- und Kommunalpolitiker



Kaufleute vermitteln unsere Positionen authentisch und praxisnah

## EIN DEUTSCHLANDWEITES NETZWERK VON „PUBLIC-AFFAIRS-BOTSCHAFTERN“



Store Visits



Mitgliedschaft  
Regionalverbände & IHK



Soziales  
Engagement vor Ort



Teilnahme an  
Podiumsdiskussionen etc.



Trägt Themen aus der Fläche  
in die Zentrale



Regelmäßiger Austausch  
untereinander



**Ansprechpartner für die Politik**

# KAUFLEUTE UND KOLLEGEN IN DEN THEMEN FIT MACHEN



**Alles an einem Ort** – aktueller Gesamtüberblick über Themen, Positionen und Sprachregelungen



**Informationen on the go** – keine lästigen Intranet-Lösungen oder Excel-Dokumente



**Organisationsgrad** – zusätzlicher Touchpoint zu Mitarbeitern und niedrigschwelliger Rückkanal



**Mobile Public Affairs** – zentrale Steuerung der politischen Sprachfähigkeit

# INFORMATIONSOURCELE UND KONTAKTMÖGLICHKEIT



**Zentrale Bereitstellung** wichtiger Positionen und Forderungen der REWE Group



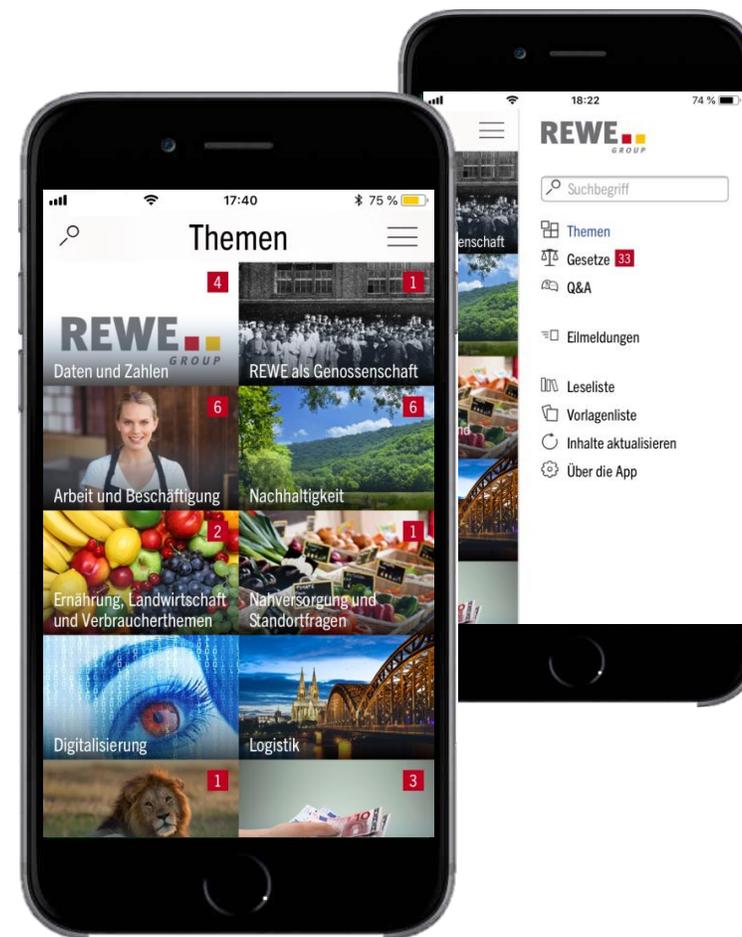
**Information** auf allen **Ebenen**: Von der Zentrale über die Regionen bis hin zum einzelnen Kaufmann



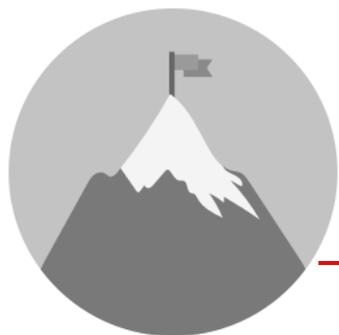
**Sprachfähigkeit**: Gezielte und fundierte thematische Vorbereitung auf Gespräche mit Politikern



**Stärkung** der politischen **Positionierung** der REWE Group nach **Innen** und nach **Außen**



# EINE GUTE IDEE IST NOCH KEIN SELBSTLÄUFER – VIER HERAUSFORDERUNGEN



1

## Vorstand

Notwendigkeit  
und Umsetzung

2

## Organisation

Zuständigkeiten

3

## Fachabteilungen

Mehrarbeit und  
Sensibilisierung

4

## Technik

Sprache und  
Verständnis

# WERBUNG AUF ALLEN KANÄLEN



**Bericht im REWE-internen Newsletter**

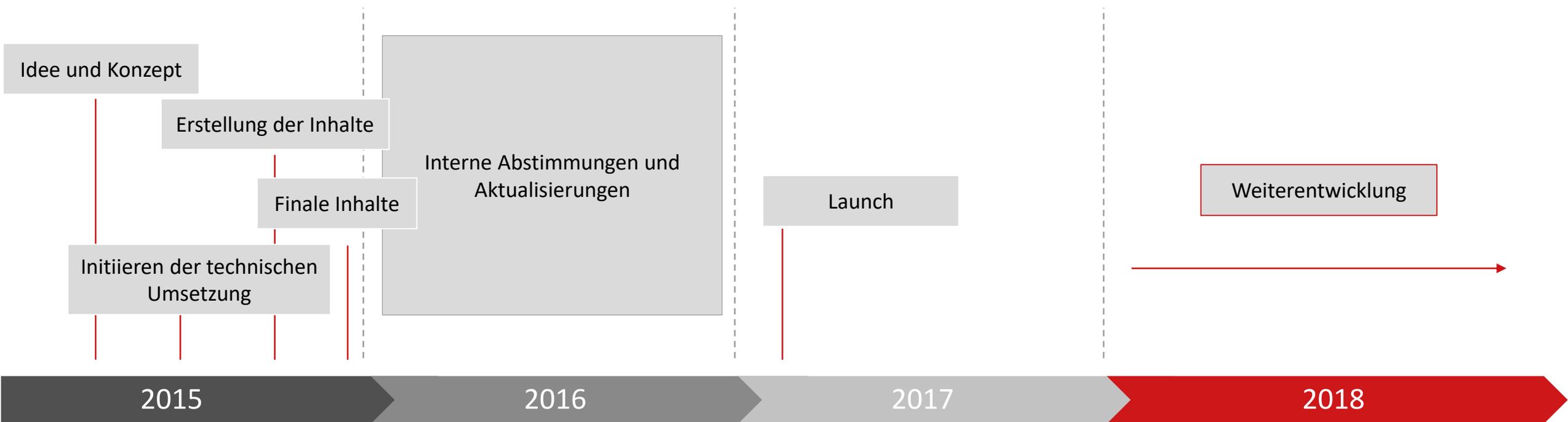


**Plakate an allen Standorten**



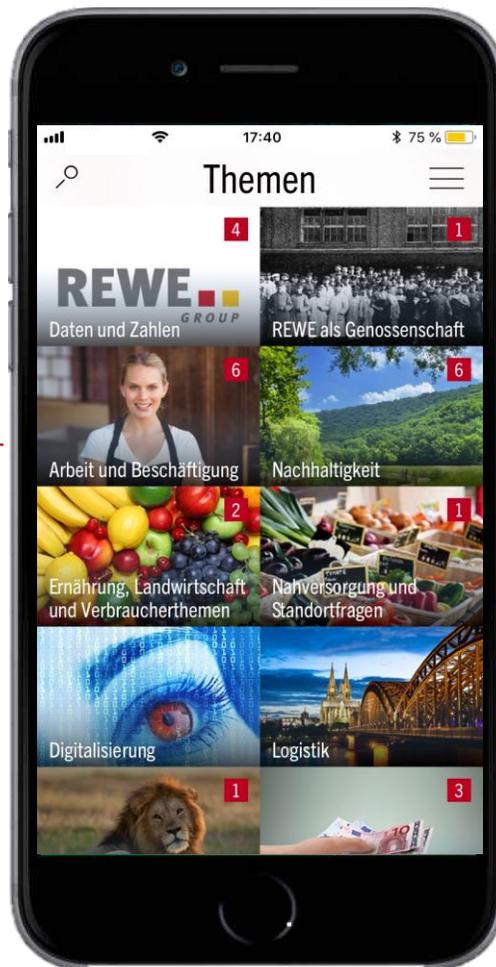
**Präsentationen und Vorträge im Unternehmen**

# SCHRITT FÜR SCHRITT ZUR PUBLIC AFFAIRS THEMEN-APP

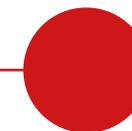


# DIE PUBLIC AFFAIRS THEMEN-APP IM ALLTAG: MOBIL, AUTHENTISCH, EFFEKTIV

**> 4.500 Nutzer**  
seit Launch



**> 2 Minuten**  
durchschnittliche  
Verweildauer...



... mit **> 6 Seitenaufrufen**

## EINE MANNSCHAFTSLEISTUNG: PR REPORT 2017 – DIGITAL PUBLIC AFFAIRS



- ✓ Mit unserer Public Affairs-App gegen vier starke Mitbewerber durchgesetzt
  - ✓ Gemeinsam mit 365 Sherpas und Ressourcenmangel Dresden 30-köpfige Fachjury überzeugt
- ✓ PR Report Award für „Digital Public Affairs“ mit einstimmigem Votum gewonnen

## UNSER LEARNING: PLANUNG IST ALLES



### DOs

- **Einbindung:** Interne Stakeholder früh und intensiv involvieren
- **Fundament schaffen:** Technische und juristische Hürden systematisch angehen



### DON'Ts

- **Zu kurzfristig planen:** Abstimmungsschleifen brauchen Zeit
- **Umfang unterschätzen:** Einbindung der Fachabteilungen wie IT, Recht usw.
- **Weiterentwicklungen** erst nach erfolgreicher Einführung angehen

# WIR BLEIBEN DRAN!

## Inhaltliche Weiterentwicklung

Die Texte werden regelmäßig angepasst und aktualisiert.

Neue, relevante Themen werden zeitnah aufgenommen.

Das Feedback der Nutzer nehmen wir für die Weiterentwicklung ebenfalls auf.



## Reichweite

Jeder Azubi in einem REWE Markt oder in der Logistik wird mit einem Tablet ausgestattet, auf dem die App vorinstalliert ist.