

# Initiative Nachhaltig Handeln



**Ralf Schmidt-Pleschka leitet den Fachbereich Umwelt der VERBRAUCHER INITIATIVE**

Mehr Umsatz mit nachhaltigen Produkten? Geht das? Offensichtlich ja! Denn seit geraumer Zeit boomen Lebensmittel aus ökologischer Erzeugung oder Fairem Handel. Innerhalb weniger Jahre haben diese Produkte Einzug gehalten in alle Verkaufsstätten vom Fachhandel bis zum Discounter. Die VERBRAUCHER INITIATIVE startet die *Initiative Nachhaltig Handeln*, die im kommenden Jahr auch außerhalb des Lebensmittelbereichs nachhaltigen Produkte mehr Marktchancen verschaffen soll.

Die Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsweisen ist eine bedeutende umweltpolitische Aufgabe, bei der Politik, Wirtschaft und Verbraucher gemeinsam Verantwortung übernehmen müssen. Nachhaltigen Produkten kommt dabei eine Schlüsselstellung zu. Durch den Kauf von Produkten mit besonderer ökologischer und sozialer Qualität können Verbraucher beim Einkauf nachhaltige Produktionsmuster gezielt fördern. Sie erwarten daher vom Einzelhandel, dass er seine ökologische und soziale Verantwortung wahrnimmt und in seinem Sortiment nachhaltige Produkte führt. Für Handelsunternehmen ist es jedoch entscheidend, dass dieses Engagement vom Verbraucher auch durch Nachfrage honoriert wird.

Im Lebensmittelbereich sind in letzter Zeit erhebliche Fortschritte zu verzeichnen. So weisen Bio-Produkte jährliche Umsatzsteigerungen von über 10 % auf und werden inzwischen von allen Supermarktketten sowie von den Discount-Märkten angeboten. Die Einführung des einheitlichen Bio-Siegels

sowie verschiedene Kampagnen haben dazu beigetragen, dass der Jahresumsatz auf etwa vier Mrd. Euro angestiegen ist und Bio-Lebensmittel damit offenkundig den Schritt aus der Ökonomie vollzogen haben. Auch Produkte aus Fairem Handel weisen mit einem jährlichen Wachstum von 13 bzw. 20 % in den Jahren 2003 bis 2005 eine äußerst positive Marktentwicklung auf, allerdings bei deutlich geringerem Umsatzvolumen.

Weniger positiv ist die Absatzentwicklung nachhaltiger Produkte im Non-Food-Bereich. In den Bedarfsfeldern Haushalt, Bauen und Wohnen, Finanzen, Mobilität und Freizeit etc. treten immer noch teils erhebliche Probleme bei Distribution, Präsentation, Kommunikation und Identifikation nachhaltiger Alternativen auf. Ein Problem stellt zum Beispiel die große Zahl verschiedener, die Verbraucher verwirrender Label dar, mit denen besonders umwelt- und sozialverträgliche Produkte gekennzeichnet sind. Mit der Datenbank [www.label-online.de](http://www.label-online.de) trägt die VERBRAUCHER INITIATIVE seit fünf Jahren dazu bei, mehr Transparenz in den „Label-Dschungel“ zu bringen. Die Internet-Seite informiert über 300 Siegel und bewertet sie aus Verbrauchersicht.

Aufbauend auf der Bedeutung von Siegeln für die Nachhaltigkeitskommunikation hat die VERBRAUCHER INITIATIVE in Zusammenarbeit mit den Handelsunternehmen OTTO und OBI vor etwa zwei Jahren das Projekt *Leitsysteme für nachhaltige Produkte im Einzelhandel* entwickelt und umgesetzt ([www.nachhaltige-produkte.de](http://www.nachhaltige-produkte.de)). Im Mittelpunkt stand hier die Verbraucherinformation unmittelbar am Verkaufsort, dem Point of Sale, also im Ladengeschäft, Katalog oder Online-Shop. Die Projektergebnisse deuten darauf hin, dass dieser Ansatz die Kaufentscheidung zugunsten nachhaltiger Produkte lenken kann. Verbrauchergerechte Nachhaltigkeitskommunikation am Point of Sale ist damit ein effektives Mittel zur Förderung nachhaltiger Produkte. Sie ist zugleich für Handelsunternehmen ein adäquates Instrument, selbst ökologische und soziale Verantwortung zu übernehmen und sich für den nachhaltigen Konsum zu engagieren.

## Initiative zeigen

Mit einem neuen Projekt beabsichtigt die VERBRAUCHER INITIATIVE die guten Ergebnisse des Leitsystem-Projekts auf eine breitere Basis zu stellen und gemeinsam u.a. mit Handelsunter-

## Stichwort Nachhaltige Produkte

Nachhaltigkeit ist zwar in Fachkreisen zum geflügelten Wort geworden, doch den meisten sagt der Begriff wenig. Dementsprechend ist auch die Suche nach „Nachhaltigen Produkten“ im Alltag kaum praktikabel. Die VERBRAUCHER INITIATIVE hat deshalb nach einer für Verbraucher praktikablen Definition nachhaltiger Produkte gesucht und dabei zwei Kernkriterien festgelegt.

Erstens weisen nachhaltige Produkte eine besondere ökologische bzw. soziale Qualität auf (z. B. „schadstoffarm“, aus „Fairem Handel“ oder „ohne Kinderarbeit“). Zweitens ist diese besondere Qualität durch unabhängige Siegel für Verbraucher deutlich erkennbar, die in unserer Datenbank [www.label-online.de](http://www.label-online.de) als empfehlenswert eingestuft sind. Nur wenn beide Bedingungen erfüllt sind, können Verbraucher auf einen Blick nachhaltige Produkte von konventionellen unterscheiden.



nehmen und Nichtregierungsorganisationen im kommenden Jahr die *Initiative Nachhaltig Handeln* umzusetzen.

Das Projekt soll in erster Linie Handelsunternehmen dazu animieren, sich mehr für die Vermarktung nachhaltiger Produkte zu engagieren. Mit verbrauchergerechter Information am Point of Sale kann der nachhaltige Konsum auch in den Konsumbereichen Bauen und Wohnen, Textilien und Elektrogeräte gestärkt werden. Bereits heute gibt es eine breite Palette an Angeboten, von emissionsarmen Farben, über Holzprodukte aus nachhaltiger Forstwirtschaft bis hin zu energiesparenden Haushaltsgeräten, die jedoch in der bunten Welt des Konsums noch zu wenig wahrgenommen werden. Die positiven Erfahrungen aus der Lebensmittelbranche können genutzt werden, um auch bei Nicht-Lebensmittel umwelt- sowie sozialverträgliche Produkte Verbrauchern nahe zu bringen.

Im Rahmen der *Initiative Nachhaltig Handeln* will die VERBRAUCHER INITIATIVE mit Handelsunternehmen sowie mit Nichtregierungsorganisationen und Agenda-Gruppen zusammenarbeiten und sie für gemeinsame Aktionen zur Förderung nachhaltiger Produkte auch außerhalb der Lebensmittelbranche gewinnen. Zurzeit laufen entsprechende Vorgespräche über gemeinsame Aktivitäten zur Förderung von besonders umwelt- und sozialverträglichen Alternativen. Dabei wird es auch darum gehen, die Kommunikation über nachhaltige Produkte zu vereinheitlichen und für Verbraucher verständlich zu machen. Die *Initiative Nachhaltig Handeln* soll dazu einen Beitrag leisten.

## Drei Phasen – ein Ziel

Als Grundlage für die *Initiative Nachhaltig Handeln* wird unter anderem durch eine bundesweite Handelsbefragung geschaffen werden, die in Kürze startet und Aufschluss über die Erfahrungen von Handelsunternehmen bei der besonderen Vermarktung nach-

haltiger Produkte geben soll. Dabei wird sich auch herausstellen, welche Unternehmen schon heute einen aktiven Beitrag leisten.

In vielen Unternehmen arbeiten heute bereits Mitarbeiter daran, besonders umwelt- und sozialverträgliche Produkte zu fördern. Und nicht nur hier: Denn an Initiativen zur Förderung des nachhaltigen Konsums hat es in der jüngsten Vergangenheit nicht gefehlt. Ob die Kampagnen zum Blauen Engel (Aktion Blau), dem Fairen Handel (Faire Woche, fair feels good.) oder dem Bio-Zeichen, das EcoTopTen-Projekt des Öko-Instituts oder die Kampagne „Echt gerecht“ des Bundesverbraucherschutzministeriums - an zahlreichen Stellen arbeiten eine Vielzahl von Menschen am Ziel, besonders umwelt- und sozialverträgliche Produkte mehr in den Vordergrund zu heben. Die *Initiative Nachhaltig Handeln* will die Vernetzung zwischen all diesen Akteuren verstärken und für einen regelmäßigen Austausch von Erfahrungen und Informationen sorgen.

Für das kommende Jahr sollen dann in einer dritten Projektphase gemeinsam mit engagierten Handelshäusern Aktionen vorbereitet und umgesetzt werden, die Verbrauchern nachhaltige Produkte am Ort des Verkaufs besonders ins Bewusstsein heben und deren Vorteile unmittelbar beim Kaufakt betonen.

Das Projekt läuft - gefördert von Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt - bis Ende 2007. Eine erste Bestandsaufnahme ist für Februar 2007 geplant. Bis dahin werden die Ergebnisse der Handelsbefragung vorliegen und die Gründung des Netzwerkes abgeschlossen sein. Im Laufe des nächsten Jahres sollen dann in Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteuren Aktionen zur Förderung nachhaltiger Produkte umgesetzt werden.

Wer sich über den Fortgang des Projekts informieren möchte, findet ab Ende November alle Informationen unter [www.nachhaltige-produkte.de](http://www.nachhaltige-produkte.de). ■