Bundesverband Die Verbraucher Initiative e.V.

INITIATIVE Nachhaltig handeln.

Zusammenfassung des Vortrags von

Mareke Wieben, Ikea Deutschland

Nicht immer – aber immer öfter. Marketing für nachhaltige Produkte

IKEA entwickelte den Verhaltenskodex IWAY: „The IKEA Way on Purchasing Home Furnishing Products“. Ein Audit erfolgt mindestens alle 2 Jahre und umfasst 90 Kriterien, 80 Auditoren sowie eigene und unabhängige Kontrollen. Die Einkaufsbüros in 33 Ländern sind für die IWAY Audits und die Weiterentwicklung der Lieferanten verantwortlich. Der IWAY Standard beinhaltet die Themenbereiche: Emissionen, Arbeitsbedingungen, Forstwirtschaft und Kinderarbeit. Bisher kommuniziert IKEA das Thema Nachhaltigkeit über Nachhaltigkeitsberichte, Broschüren, mit Informationen im Katalog, mit Veröffentlichungen, Vorträgen sowie in zwei Testhäusern mit Informationstafeln am Point of Sale und im Ausgangsbereich. Vorteile in der Nachhaltigkeitskommunikation sieht IKEA u.a. in der Stärkung der Marke IKEA und in der Bewusstseinserweiterung bei den Lieferanten. Nach Untersuchungen von IKEA werden die Informationstafeln von den Kunden kaum wahrgenommen. Derzeit wird ein neues Kommunikationskonzept entwickelt, um das Interesse am Thema Nachhaltigkeit zu wecken.