

**Zusammenfassung des Vortrags von
Margit Mederer, ProÖko Servicegesellschaft
ökologischer Einrichtungshäuser mbH**

Nicht immer – aber immer öfter. Marketing für nachhaltige Produkte

Die bei Pro Öko angebotenen Möbel und Bettwaren sind alle aus nachwachsenden Rohstoffen. Sie stammen nicht aus Raubbau sondern werden größtenteils in Deutschland und Europa hergestellt. Seit 1996 gibt es bei Pro Öko ein eigenes Siegel „Öko Control“ (freiwillige Selbstverpflichtung), welches für regelmäßige, strenge Schadstofftests und für Nachhaltigkeit steht. Der Marktauftritt von Pro Öko basiert auf drei Aspekten: Sinnlichkeit, Sicherheit und Qualität. Diese Aspekte wurden mit PR- und Pressearbeit, Leitsystemen in den Einrichtungshäusern und verschiedenen Werbemitteln wie z.B. Fahnen, Produktausweisen, Broschüren und Katalogen kommuniziert. Da sich derzeit das Verhalten der Kunden aus Sicht der Einrichtungshäuser ändert, wurde die Nachhaltigkeitskommunikation überdacht. Werbemittel am Point of Sale und der Internetauftritt wurden überarbeitet. Der Schwerpunkt in der Kommunikation liegt aktuell beim „persönlichen Wohlergehen“ des Kunden (Wohlfühlaspekt statt Umweltaspekt). Der Katalog enthält weniger „Aufklärungsmaterial“, dafür aber die Kennzeichnung der zertifizierten Produkte im Fließtext, da die Kunden dem „Öko Control“ Siegel vertrauen.