

Karstadt – Nachhaltigkeitsstrategien

Der Handel als Mittler zwischen Industrie und Verbraucher ist gefordert, einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten, der sowohl soziale als auch ökologische und ökonomische Aspekte enthält.

Im Mittelpunkt steht hier beispielhaft die bundesweite Informations- und Kommunikationskampagne in den Karstadt-Filialen:

Ökologischer Landbau

Das Bio-Siegel nach EG-Öko-Verordnung kennzeichnet immer Lebensmittel aus ökologischem Landbau. Nur Lebensmittel, die mindestens dieser Vorschrift entsprechen, dürfen unter dem Prädikat BIO angeboten werden.

Karstadt bietet seit 1995 in seinen Lebensmittelabteilungen Bio-Produkte an.

Seit vielen Jahren beteiligt sich Karstadt an den jährlich vom Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz einiger Bundesländer initiierten Wochen zur Forcierung des ökologischen Landbaus, allerdings bundesweit in allen Karstadt-Filialen mit Lebensmittelabteilung. Im Jahr 2004 wurden ca. 100.000 Interessenten während der Aktionswoche an den Sonderständen erreicht. So ist schon mancher Kunde „auf den Geschmack gekommen“.



Im Rahmen dieser Öko-Wochen werden vor Ort fachkundige Beratungen und Verkostungen angeboten, eine wirksame Maßnahme, Verbraucher von der Qualität und Schmackhaftigkeit der Bio-Produkte zu überzeugen – wie bereits oben erwähnt. Es finden Events statt, zum Beispiel ein Gewinnspiel mit Verlosung von drei attraktiven Präsentkörben mit biologischen Produkten in jeder Filiale.

Diese regelmäßigen Aktionen erweisen sich als ein probates, erfolgreiches Mittel zur Forcierung von Bio-Produkten.

Voraussetzung ist jedoch, ein entsprechendes Sortiment an Bio-Lebensmitteln zu listen. Hier haben bei Karstadt die Erzeugnislegalität und –qualität bei der Auswahl der Lieferanten und Produkte höchste Priorität. Vor vielen Jahren bestanden erhebliche Schwierigkeiten, da entsprechende Angebote nur in geringem Umfang zur Verfügung standen und das Karstadt-Sortiment maximal 175 Produkte beinhaltete. Inzwischen sind zwischen ca. 500 und 800 verschiedene Produkte gelistet, in separaten Bio-Märkten sogar bis zu 3.000.

Das Angebot wird ständig erhöht. Karstadt gehört damit ganz sicher mit zu den größten Anbietern von Bio-Produkten am Markt.

Die Produkte werden unter der Dachmarke *BIOLOGISCH* werblich besonders herausgestellt.

Karstadt nutzt und unterstützt selbstverständlich das staatliche Bio-Siegel, da hiermit die Lebensmittel aus ökologischem Landbau endlich einheitlich gekennzeichnet sind und Glaubwürdigkeit, Ehrlichkeit und Transparenz sichergestellt werden. Die Vielzahl unterschiedlicher Ökolabel hat den Verbraucher in der Vergangenheit nur verunsichert. Im Karstadt-Basissortiment sind bereits ca. 95 % der angebotenen Bioprodukte mit dem staatlichen Siegel versehen.

Eine wichtige Voraussetzung zur Forcierung der Produkte aus ökologischem Landbau ist, dass die betroffenen Mitarbeiter im Lebensmittelhandel nicht nur zu diesem Thema sensibilisiert sind, sondern auch die erforderlichen Sachkenntnisse haben. Zur Unterstützung wurde ein handelsorientierter Trainerleitfaden erstellt, der alle Aspekte des ökologischen Landbaus enthält und bei Schulungen der Mitarbeiter in den Karstadt-Filialen eingesetzt wird. Ebenfalls eine Checkliste mit den wichtigsten Kernthemen zur sofortigen Beantwortung von Fragen der Verbraucher.

Aber auch hier gilt es, Medien und prominente Persönlichkeiten einzubinden, denn diese Produkte sind nicht als Selbstläufer aus der Nische herauszubekommen.

2004 fand die bundesweite Aktion vom 28.06. bis 03.07. statt. Zusätzlich zu den Beratungen und Verkostungen wurde auch dieses Mal ein separater Prospekt mit Sonderangeboten an Bio-Produkten verteilt. Die Aufmachung des Faltblattes wurde von den Kunden als appetitanregend bewertet.

Der Prospekt enthielt darüber hinaus aufklärende Hinweise zu dieser Produktgruppe, Rezeptvorschläge für köstliche Gerichte als Bio-Sommerabend-Tipp sowie Erläuterungen zum Gewinnspiel. Das Gewinnspiel war ein starker Anreiz am Verkostungsstand zu verweilen und Produkte zu probieren.

Die Auftaktveranstaltung mit Pressegespräch war am Samstag, 26.06., am Vortag der bundesweiten Bio-Woche, in der Karstadt-Filiale Bremen mit dem dortigen Senator für Bau, Umwelt und Verkehr Jens Eckhoff.

Parallel zu der Veranstaltung in Bremen erfolgte am gleichen Tag die Eröffnung der Woche ökologischer Landbau NRW in Dortmund auf dem Reinoldiplatz durch die Ministerin für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz NRW Bärbel Höhn. Die Karstadt-Stände „Bio-Fleisch“ und „Bio-Produkte“ mit Beratungen und Verkostungen waren sehr gut besucht.

Karstadt ist auf einem guten Weg, Bio-Lebensmittel fest und erfolgreich zu etablieren. Hierzu werden die Aktionen sicherlich wesentlich beitragen.

Rechtzeitig zum Start der Aktion 2004 wurde das Video *BIOLOGISCH* „Natürlich genießen bei Karstadt, Hertie und Wertheim“ fertiggestellt – Drehbucherstellung mit fachlicher Unterstützung der Kooperationspartner Umweltbundesamt und Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V. (BUND).

In diesem Film wird die anspruchsvolle Thematik kompetent und verständlich dargestellt; Einsatz als Endlosband im Verkauf zur Aufklärungsarbeit für die Kunden sowie zur Sensibilisierung und Schulung der Karstadt-Mitarbeiter.

Die Fortführung der bundesweiten Bio-Aktionswoche in allen Karstadt-Filialen mit Lebensmittelabteilung war vom 25. Juni bis 02. Juli 2005 mit Medienauftakt in Bielefeld, Altstädter Kirchplatz.

Am 01.03.2005 wurde das Karstadt-Projekt „Bio-Aktionswochen“ von der deutschen UNESCO im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung als offizielles Projekt der Weltdekade 2005/2006 ausgezeichnet. Diese Auszeichnung wurde am 29.11.2006 erneut bestätigt, und zwar für die Weltdekade 2007/2008.

Das nebenstehende Logo ist Bestandteil der Auszeichnung und wird in diesem Zeitraum für unsere Öffentlichkeitsarbeit sowie Karstadt-Printmedien genutzt.

Das Projekt ist zielführend im Sinne von Nachhaltigkeit: Transfer guter Praxis in die Breite, Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung, Verstärkung von Kooperationen. Die bisherigen Erfolge können ein Signal für weitere Lebensmittelanbieter sein, sich ebenfalls für die Sortimentsaufnahme von Produkten aus ökologischem Landbau zu entscheiden.

Bio-Lebensmittel stehen Beispiel gebend für Nachhaltigkeit. Mit den Aktionswochen und dem Einsatz der unterschiedlichen Medien trägt Karstadt zur Bewusstseinsbildung und Verhaltensänderung in bezug auf Ernährungsgewohnheiten bei.

Auch 2006 hat Karstadt die bundesweite Kampagne zur Forcierung von Bio-Produkten vom 03. bis 15. Juli mit Beratungen und Verkostungen fortgesetzt. Die Auftaktveranstaltung mit Pressegespräch war am 05. Juli 2006 im Feinkostmarkt von Wertheim Berlin-Steglitz mit der ehemaligen Bundesverbraucherministerin und derzeitigen Fraktionsvorsitzenden BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Renate Künast, dem Königlich Dänischen Botschafter Poul Ottosen, Vorstand „Interessengemeinschaft FÜR gesunde Lebensmittel“ Georg Sedlmaier und dem Starkoch Marcus Haxter. Die Medienpräsenz mit Fernsehen, lokalem Radiosender und Printmedien war gut. Bei dieser Veranstaltung erhielt Karstadt Warenhaus für sein Engagement den Ehrenbrief der v. g. IG FÜR.

Vom 25. Juni bis 07. Juli 2007 war die Fortführung der zweiwöchigen Kampagne in allen Perfetto-/Feinkostmärkten bei Karstadt. Die Auftaktveranstaltung/das Pressegespräch zu den Bio-Wochen waren am 25. Juni 2007 in der Filiale Dortmund mit Prominenz aus Politik und Gesellschaft sowie entsprechendem Rahmenprogramm.

Die Bio-Aktionswochen 2008 waren vom 16. bis 28. Juni terminiert. Am 20. und 21.06. wurden den Kunden in den Perfetto-/Feinkostmärkten wie in den Vorjahren zusätzlich Beratungen und Verkostungen angeboten. Auftaktveranstaltung/Pressegespräch war am 16. Juni 2008 bei Karstadt Düsseldorf u. a. mit NRW-Minister für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Eckhard Uhlenberg sowie entsprechender Medienpräsenz. Interessante Events begleiteten die Veranstaltung.

2009 ist die Weiterführung dieser Kampagne bereits eingeplant.



Für die Jahre 2007 und 2008 hat Karstadt ein innovatives Projekt gestartet, das durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau gefördert wird. In beiden Jahren finden in jeweils 15 Karstadt-Filialen mit Perfetto-/Feinkostmärkten Schaukochveranstaltungen unter dem Motto „Bio erleben!“ statt.

Als Mittelpunkt des integrativen Schaukochens mit dem Eurotoques-Meisterkoch Markus Haxter werden örtliche Schulklassen eingeladen.

Die Schüler bereiten mit dem Koch verschiedene Speisen und Menüs aus ökologischem Anbau zu. Gleichzeitig gibt der Koch entsprechende Hinweise über die Vorzüge biologischer Lebensmittel. Im Vorfeld werden die Schüler im Unterricht auf die Aktion vorbereitet.

Wir sind der Auffassung, dass gerade Kinder und Jugendliche nicht früh genug an diese Thematik herangeführt werden können.

Alle übrigen Verbraucher werden selbstverständlich mit einbezogen.

Am 30.11.2007 war die Abschlussveranstaltung für das Jahr 2007 im Perfetto-Feinkostmarkt des Karstadt-Hauses Bremen. Gleichzeitig wurde dabei ein Fazit zu den bisherigen Schaukochen des Projektes gezogen.

An diesem Abschluss 2007 mit einer Bremer Schulklasse und Starkoch Markus Haxter sowie Pressegespräch nahm u. a. Dr. Reinhard Loske, Senator für Umwelt, Bau, Verkehr und Europa Bremen, teil.

Den musikalischen Rahmen bildeten Peter & der Wolf, das Mobile Recyclingorchester.

Im Januar 2008 wurden die weiteren 15 diesjährigen Termine festgelegt. Start war am 11. April 2008 im Karstadt-Haus Darmstadt.

Am 19. September 2008 wurde auch dieses Projekt im Alten Rathaus Bonn von der deutschen UNESCO im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung als offizielles Projekt der Weltdekade 2008/2009 ausgezeichnet.

Die Abschlussveranstaltung für 2008 mit Pressegespräch war am 17. Oktober in Augsburg mit Persönlichkeiten aus Politik und öffentlichem Leben. Ein attraktives Programm, wie Livecooking von Eurotoques-Meisterkoch Markus Haxter mit Augsburger Volksschülern sowie Musik des Mobilen Recyclingorchesters, begleitete dieses Event. Augsburg-TV war neben Hörfunk- und Printmedien vor Ort.



Ein zweijähriges Anschlussprojekt „Bio erleben“ wird zur Zeit konzipiert und ab 2009 umgesetzt.

Essen, im November 2008

Heike Sommer
Karstadt Warenhaus GmbH, Qualitätssicherung/Umweltschutz
Theodor-Althoff-Str. 2, 45133 Essen