

## 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:

### Fairer Handel

Der Faire Handel fördert benachteiligte Arbeiter und Bauern in Afrika, Asien und Lateinamerika sowie ihre Familien und verbessert ihre Arbeits- und Lebensbedingungen.

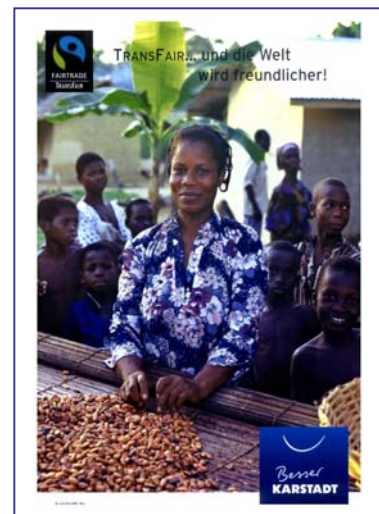
Bereits seit 1993 werden in den Lebensmittelabteilungen bei Karstadt Warenhaus entsprechende Produkte aus dem Fairen Handel angeboten, der im Sinne einer nachhaltigen Wirtschaftsweise zukunftsweisend ist, da er soziale, ökologische sowie ökonomische Entwicklungsziele berücksichtigt und Bestandteil der Agenda 21 ist.

Bei der Beschaffung von Waren ergibt sich für Einzelhandelsunternehmen aufgrund der Internationalisierung des Einkaufs vor allem aus Entwicklungsländern eine besondere Herausforderung.

Wenn Handelsunternehmen neben Preis und Qualität der in Auftrag gegebenen Waren auch auf deren sozial- und umweltverträgliche Produktionsbedingungen Einfluss nehmen, können sie darüber hinaus auf Verbesserung der Lebensverhältnisse in den Herstellungsländern hinwirken.

So werden bei unseren Beschaffungsmaßnahmen insbesondere folgende Sozialstandards zu Grunde gelegt:

- Einhaltung von jeweils gültigen lokalen Mindeststandards
- Verbot von Kinderarbeit
- Verbot von Zwangsarbeit
- Verbot von menschenunwürdiger Gefängnisarbeit
- Beachtung von Respekt und Würde der Beschäftigten
- Diskriminierungsverbot
- Einhaltung von Sicherheit und Gesundheitsschutz
- Angemessene Entlohnung
- Einhaltung von Höchstarbeitszeiten
- Recht zur Vereinigungsfreiheit, insbesondere zur Bildung von Gewerkschaften und zu einer entsprechenden Gewerkschaftstätigkeit



Die Verpflichtungen hieraus sind Bestandteil der Einkaufsbedingungen. Es erfolgen stichprobenweise Prüfungen, wobei die Einhaltung der Kriterien von TransFair-gesiegelten Produkten durch eine internationale Dachorganisation kontrolliert wird.

Unter dem TransFair-Siegel werden verschiedene Kaffeesorten, Tees, Honig, Schokolade, Kakao und Orangensaft angeboten. Von ursprünglich 12 unterschiedlichen Artikeln wurde das Sortiment auf über 40 Produkte erweitert. Dabei erfüllen rund 64 % dieser gelisteten TransFair-Artikel auch die an Bio-Produkte gestellten Anforderungen.

Zur Forcierung des Abverkaufs wurden folgende Maßnahmen umgesetzt:

- verbesserte Warenpräsentation, wobei die TransFair-Produkte den jeweiligen Warengruppen zugeordnet sind. Bei Aktionen erfolgt zusätzlich noch eine Zweitplatzierung.
- Einsatz entsprechender Displays, um die Verbraucher zum Kauf dieser Produkte anzuregen.
- Aufklärende Merkblätter für die Kunden
- Trainerleitfaden mit allen wesentlichen Fakten zur Sensibilisierung und Ausbildung der Mitarbeiter
- Checkliste für die Verkäufer, um bei Nachfragen seitens der Verbraucher sofort fachgerecht Auskunft geben zu können.
- Videofilm für Mitarbeiter und für die Kunden im Verkauf der Karstadt-Häuser. Dieser Kurzfilm „Entdecken Sie die Welt des Fairen Handels“ wurde beim 13. ITVA-Festival 2005 Integrated TV & Video Association mit der Bronzenen Pyramide ausgezeichnet.

Ein äußerst probates Mittel zur Forcierung der TransFair-gesiegelten Artikel und zur Aufklärung der Verbraucher sind entsprechende Aktionen vor Ort, die Karstadt seit 7 Jahren bundesweit in Zusammenarbeit mit TransFair e. V. durchführt:

- Pressekonferenz, also Einbindung der Medien, zum bundesweiten Auftakt.
- Beratung und Verkostung, z. B. Kaffee, Schokolade, Orangensaft – hier kann der Kunde sich selbst überzeugen, welche hervorragende Qualität die Produkte haben.

Im Rahmen dieser Aktionen werden den Verbrauchern neben der Beratung und Verkostung gleichzeitig zum Beispiel Minitäfelchen Schokolade und Kaffeeproben als Präsent mitgegeben.

Werbliche Unterstützung durch einen Flyer, in dem Fair gehandelte Produkte zu besonders günstigen Preisen angeboten werden und Hinweise zu TransFair allgemein sowie zu einem Gewinnspiel enthalten sind. In jeder Filiale wurden 3 unterschiedliche attraktive Präsentkörbe mit TransFair-Produkten verlost.

Auch 2004 wurde eine bundesweite TransFair-Woche durchgeführt. Die Auftaktveranstaltung mit Medienbeteiligung und zahlreicher Prominenz war am Samstag vor der Aktionswoche, 13. November 2004, in der Karstadt-Filiale Dortmund. Die Stadt Dortmund wurde bei einem bundesweiten Wettbewerb als Hauptstadt des Fairen Handels ausgezeichnet.

Im November 2005 wurde die bundesweite Kampagne in allen Karstadt-Filialen mit Lebensmittelabteilung fortgesetzt.

Die erstmals zweiwöchige Aktion wurde mit einer Auftaktveranstaltung am 22.11.2005 in unserer Filiale Wiesbaden durch Erich Stather, Staatssekretär im Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklungshilfe/Vorstand GTZ – Gesellschaft für technische Zusammenarbeit, in Vertretung der Bundesministerin Heidemarie Wieczorek-Zeul eröffnet.

Die von Karstadt initiierten TransFair-Maßnahmen wurden am 01. März 2005 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.



2006 wurde die bundesweite TransFair-Kampagne in den Feinkostmärkten bei Karstadt vom 06. bis 18. November mit Beratungen und Verkostungen fortgesetzt. Die Auftaktveranstaltung war am 03.11. in der Filiale Dresden u. a. mit dem sächsischen Umwelt- und Landwirtschaftsminister Stanislav Tillich.

Vom 22. Oktober bis 03. November 2007 fanden wiederum zwei bundesweite Aktionswochen statt. Am 26. und 27.10. konnten sich die Verbraucher in allen Perfetto-/Feinkostmärkten fachkompetent beraten lassen und Fairtrade-Produkte kosten. Im Karstadt-Haus Hamburg Mönckebergstraße, Perfetto-Feinkostmarkt, war am Samstag, 27.10.2007 ein Pressegespräch zur bundesweiten Fairtrade-Kampagne. Hier standen u. a. Marie-Luise Marjan – bekannt als Helga Beimer in der Fernsehserie Lindenstraße – und Frau Dr. Gundelach, Staatsrätin Hamburger Senat, für Fragen der Medien zur Verfügung. Highlight war an diesem Tag auch ein Schaukochen mit Markus Haxter und den Schülern des Gymnasiums Othmarschen. Hier wurden leckere Gerichte mit Bio- und Fairtradeprodukten zubereitet, die natürlich auch probiert wurden.

Die bundesweiten Fairtrade-Wochen wurden 2008 vom 20. Oktober bis 01. November fortgesetzt. Die Auftaktveranstaltung war am 20. Oktober 2008 im Karstadt-Haus München, Am Nordbad, mit Persönlichkeiten aus dem öffentlichen Leben, Politik und Wirtschaft. Highlight war hierbei ein Live-Cooking mit dem Chef de Cuisine Reinhard Angerer, das zuvor über Radio Arabella publiziert wurde. Den musikalischen Rahmen bildete das Mobile Recyclingorchester Peter und der Wolf.

Für das Jahr 2009 ist die Weiterführung der Kampagne bereits geplant.

Das Projekt ist zielführend im Sinne von Nachhaltigkeit: Transfer guter Praxis in die Breite, Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung, Verstärkung internationaler Kooperationen.

Die bisherigen Erfolge können ein Signal für weitere Anbieter sein, sich ebenfalls für die Sortimentsaufnahme Fair gehandelter Produkte zu entscheiden.

Mit den realisierten vielfältigen Maßnahmen trägt Karstadt sicherlich dazu bei, den Bekanntheitsgrad von TransFair im positiven Sinne zu erhöhen, damit den Absatz dieser Produkte ebenfalls zu fördern und somit eine Verbesserung der sozialen und ökologischen Bedingungen in den Anbauländern der 3. Welt zu erreichen.

Essen, im November 2008

Heike Sommer  
Qualitätssicherung/Umweltschutz  
Karstadt Warenhaus GmbH