

Das Forum des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Privaten Universität Witten/Herdecke in tk-report minus 18

Verantwortlich für den Inhalt:

ZNU, Alfred-Herrhausen-Straße 50,
58448 Witten, www.uni-wh.de/znu

Das ZNU ist eine Kooperation von Wissenschaft und Wirtschaft und das mittlerweile 13-köpfige ZNU-Team hat sich zum Ziel gesetzt, das Thema Nachhaltigkeit greifbar, umsetzbar und glaubwürdig kommunizierbar zu gestalten. Die vom ZNU entwickelten Instrumente sind wissenschaftlich fundiert und praxisorientiert.

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Thema Nachhaltigkeit ist zunehmend auf Handels- und Herstellerseite angekommen. Beide Seiten sind sich allerdings darüber einig, dass es Verbesserungspotential gibt beim Know-how-Transfer entlang der Wertschöpfungskette – also auch in Richtung Endverbraucher. Wie aber lässt sich das Thema Nachhaltigkeit glaubwürdig auch in Richtung Konsument transportieren und welche Instrumente/Vorgehensweisen erscheinen erfolgsversprechend, um eben diese Konsumenten verstärkt „in Sachen Nachhaltigkeit“ aufzuklären und für nachhaltigere Produkte respektive für Produkte von nachhaltigeren Produzenten zu begeistern?

Über die letzten Jahre zeigen sich in zahlreichen Studien stets Diskrepanzen zwischen Kaufabsichtserklärungen der VerbraucherInnen und den tatsächlichen Kaufentscheidungen am POS. Die elementare Frage ist somit, wie sich diese Lücke sukzessive schließen lässt, ist es doch schlussendlich der Konsument, der entscheidend an der Wertschöpfungskette „zieht“ und somit unmittelbaren Einfluss auf ein nachhaltigeres Sortiment ausübt.

Gemeinsam mit dem selbstständigen REWE-Kaufmann Stefan Lenk hat das ZNU in den beiden letzten Septemberwochen 2015 ein Pilotprojekt in drei ausgewählten Lenk-Standorten im Ruhrgebiet durchgeführt, in dem es darum ging, über sogenannte „Nachhaltigkeitsinseln“ den Verbraucher für das Thema Nachhaltigkeit zu begeistern. Im Rahmen dieser Nachhaltigkeitsinseln wurden ausschließlich Produkte von Unternehmen angeboten, die sich erfolgreich von unabhängigen Zertifizierungsgesellschaften nach dem ZNU-



Foto: LZ
Kaufmann Stefan Lenk (l.) und ZNU-Leiter Axel Kölle an der vorbildlichen Nachhaltigkeitsinsel von Agrarfrost.

Standard „Nachhaltiger Wirtschaften Food“ haben auditieren lassen. Eines dieser Unternehmen war das Familienunternehmen Agrarfrost, welches laut Herrn Lenk die Aktion rund um das Thema Nachhaltigkeit am POS im besten Sinne „sehr ernst genommen hat“.

Dies bestätigt auch die Einschätzung von Agrar-Geschäftsführer Manfred Wulf: „Seitens Agrarfrost sind wir dankbar für solche Aktionen am POS, bieten diese uns doch die Möglichkeit, unsere zahlreichen und fundierten Nachhaltigkeitsaktivitäten auch dem Verbraucher gegenüber glaubwürdig zu kommunizieren“. Sowohl Herr Lenk als auch uns vom ZNU war es hierbei wichtig, dass die Produkte zu regulären Preisen angeboten wurden, lässt sich doch insbesondere hierdurch die Wertigkeit der Waren hervorheben und die Ernsthaftigkeit nachhaltiger Bemühungen unterstreichen. Laut Herrn Lenk waren die Absätze der angebotenen Produkte „spürbar höher als im normalen Abverkauf“.

Neben dem Abverkauf war es uns auch wichtig zu erfahren, wie die Verbrau-

Erfahren sie mehr über das Pilotprojekt – und dies von Herrn Lenk persönlich – im Rahmen der VIII. Zukunftskonferenz Food am 2. März 2016 in Witten

cher selber die Nachhaltigkeitsaktion eingeschätzt haben. Für die Verbraucherbefragung am POS war ZNU-Mitar-

beiterin Alicia Seifer verantwortlich: „Unsere Befragung von knapp 300 Personen hat ergeben, dass das Thema Nachhaltigkeit für den Konsumenten ein wichtiges Thema beim Einkauf ist und sich diese noch mehr Aufklärung am POS wünschen, da so nochmal das Bewusstsein geschärft wird und neue Erkenntnisse gewonnen werden, die sonst nicht über das Unternehmen kommuniziert werden können.“

Meine Damen und Herren, machen auch Sie sich auf den Weg hin zu mehr Nachhaltigkeit und nutzen Sie die Bereitschaft des Know-how-Transfers. Denn eines ist klar, den Endverbraucher erreichen und überzeugen Sie wirklich glaubwürdig nur in gemeinsamen Aktionen von Herstellern und Händlern.

Ihnen und Ihren Mitarbeitern wünsche ich einen erfolgreichen Jahresausklang mit guten Geschäften und vor allem nachhaltigen Ideen und Kooperationen.

Mit den besten Grüßen – auch von meiner Kollegin Alicia Seifer

Ihr Axel Kölle