

EXPERTENSERIE „LADENBAU“ TEIL 2

Nachhaltigkeit im Ladenbau

Die Nachhaltigkeit ist ein nachhaltiges Thema, denn die Industrie beschäftigt sich seit Jahren damit. Gegner werfen ihr vor, „go green“ zu propagieren und in Wirklichkeit nur schönzufärben. Befürworter sehen eine Chance zum fälligen Wertewandel. Der Fachhandel und die Verbraucher sind sensibilisiert. Wie ist der Status quo und wo steht die Ladenbaubranche?

Nachhaltigkeit ist mittlerweile in den meisten Unternehmen angekommen. Aber: „Nachhaltige Unternehmensführung ist eine tolle Sache. Wenn sie den Menschen und der Umwelt messbar nützt“, so leitete das Wirtschaftsmagazin Brandeins 2010 einen Beitrag über die „Wohlfühl-Utopie“ ein und zitierte dazu den Öko-Marketingexperten, Autor und Gründer von Greenbiz.com, Joel Makower: „Corporate sustainability is like teenage sex. Everybody talks about it. Nobody does it very much. And when they do they don't do it very well“. Wer macht was wie gut und vor allem nachhaltig?

DIE SICHT DES VERBRAUCHERS

Die Theorie: eine umweltfreundliche, faire und ressourcenschonende Produktherstellung werden Verbraucher künftig immer häufiger als eine Selbstverständlichkeit begreifen. Nachhaltiges Handeln der produzierenden Industrie werden aufgeklärte Konsumenten in Zukunft als Voraussetzung für die Glaubwürdigkeit von Anbietern und als ein Entscheidungskriterium für den Produktkauf auffassen. Mit dem Einzug der Lohas in die Handelswelt fand der Umschwung statt. Die Praxis: die Nachhaltigkeit ist sicherlich etwa durch Bio-Produkte im Foodbereich angekommen, spielt aber bei Kaufentscheidungen des Kunden im übrigen Fachhandel noch keine allzu große Rolle. Zu wissen, aus welchen Rohstoffen Produkte gefertigt werden, woher Hersteller diese beziehen oder ob sie soziale Verantwortung übernehmen, scheint für den Kunden noch nicht interessant genug zu sein.

Die Zeitschrift Sport + Mode beschäftigt sich seit langem immer wieder intensiv mit dem Thema, auch aus Kundensicht. Chefredakteur Andreas Stowasser stellt ernüchtert fest, dass es bei den Endkunden noch sehr wenig Bewusstsein für die Nachhaltigkeit etwa bei Sportartikeln gibt. Die



Konsumwüsten vertragen sich nicht mit nachhaltigem Ladenbau

Fachgeschäfte, die erfolgreich nachhaltig produzierte Produkte anbieten wollen, müssen auch im Ladendesign das Thema aufgreifen

Funktionalität der Sportbekleidung und das Vertrauen in die Händlermarke sind entscheidender. Obwohl sich die Hälfte der Kunden bei genauerem Nachfragen für die Herkunft des Produkts interessiert und bereit wäre, mehr Geld für nachhaltig produzierte Artikel auszugeben.

NACHHALTIGKEIT IM LADENBAU

Das Thema Nachhaltigkeit ist noch nicht wirklich in den Läden angekommen, das bestätigt Andreas Stowasser aufgrund seiner Erhebungen. Es gibt zwar Handelsunternehmen, allen voran die Kosmetikfirma Body Shop, die glaubhafte Anstrengungen unternehmen, um sich nachhaltig auszurichten und sehr konkrete Anforderungen an den Ladenbauer stellen, wenn es um die Ausgestaltung der Ladengeschäfte geht. Es bedarf aber noch sehr viel Ausdauer, bis nachhaltige Produkte und Läden zum Standard werden.

Dennoch existiert bereits jetzt ein Markt dafür. Marken und Handel müssen eng zusammenarbeiten, denn die Nachhaltigkeit von Produkten muss im Fachgeschäft auch kommuniziert werden. Mit glaubwürdigen Marken als Partner kann der Fachhändler Nachhaltigkeit als Argument ins Verkaufsgespräch einfließen lassen. Andreas Stowasser schlägt vor, im Geschäft Aktionsflächen mit grünen Produkten zu schaffen, um die Verbraucher im Laden zu informieren und zu sensibilisieren.

STANDARDS, ZERTIFIZIERUNGEN, RICHTLINIEN

Das dlv – Netzwerk Ladenbau hat dazu 2010 eine Umfrage unter seinen Mitgliedsunternehmen durchgeführt. Ergebnis war, dass viele Unternehmen längst auf vielfältige Weise damit umgehen. Eine große Rolle für den Nachweis nachhaltigen Handels spielen für viele Unternehmen die gängigen Zertifizierungen, wie ISO 14001. Die dlv-Mitgliedsfirma Project Floors, Hersteller von Bodenbelägen, achtet etwa bei allen ausländischen Produktionsstandorten auf Einhaltung der Norm. Markus Dünkelmann, Geschäftsführer des

Unternehmens: „Mit der freiwilligen Zertifizierung unserer Produktionsstandorte nach der weltweit gültigen und bedeutendsten Umweltmanagementnorm ISO 14001:2004 haben wir uns selbst verpflichtet, bei allen unternehmerischen Entscheidungen die Umweltaspekte zu berücksichtigen und die Umweltsituation kontinuierlich zu verbessern. Dies bedingt zum Beispiel einen sorgsam Einsatz aller Ressourcen im Sinne einer nachhaltigen Wertorientierung, den Schutz von Wasser- und Luftqualität oder die Reduktion von Abfall während der gesamten Fertigung. Gewährleistet wird die Einhaltung der Vorgaben durch regelmäßige Überprüfungen einer unabhängigen Zertifizierungsstelle“. Für die Produkte selbst gilt, so der Manager, dass sie die „Allgemeine bauaufsichtliche Zulassung“ (ABZ) und das dazugehörige Überwachungskennzeichen (Ü-Zeichen) vorweisen können. Diese Zulassung ist maßgeblich für die Einhaltung von Emissionswerten ausschlaggebend, um das Raumluftklima nicht negativ zu beeinflussen. Seine Kollektionen seien selbstverständlich auch diesbezüglich geprüft und zertifiziert.

GEFORDERTE VERANTWORTUNG

Zur Nachhaltigkeit gehört, dass für den Handel Ehrlichkeit und Transparenz im täglichen Umgang mit seinen Kunden und Lieferanten



Das DLV-Mitglied Project Floors achtet etwa bei der Produktion von Bodenbelägen auf die Zertifizierung der Produktionsbetriebe nach ISO 14001:2004

den Stellenwert erhalten, den sie in seinen Werbeaussagen bereits haben. Zur Nachhaltigkeit gehört, dass die Verbraucher sich gründlicher informieren und somit besser beurteilen können, welche Unternehmen verantwortungsbewußt handeln. Zur Nachhaltigkeit gehört aber auch Wirtschaftlichkeit. Nur Unternehmen, die Gewinne erzielen, sind in der Lage,

Investitionen für die Zukunft zu tätigen. Und nur ein wirklich nachhaltiges Unternehmen hat das Potenzial, auch künftig gute wirtschaftliche soziale und ökologische Leistungen zu erbringen.

**ANGELA KRAUSE,
DLV – NETZWERK LADENBAU E. V.**

INTERVIEW

Wie gehen Sie in Ihrem Unternehmen mit dem Thema Nachhaltigkeit um? Bei Schemberg wird Nachhaltigkeit gelebt und umgesetzt. Die dritte Auszeichnung als Ökoprot-Betrieb im Kreis Steinfurt ist nur eine der Maßnahmen. Schemberg orientiert sich am „Drei Säulen Modell der nachhaltigen Entwicklung“. In diesem Modell werden die ökologischen, ökonomischen und sozialen Säulen berücksichtigt. Alle bereits umgesetzten Maßnahmen sind auf der Internetseite www.schemberg.de dokumentiert.

Wie erleben Sie in der Praxis als Ladenbauunternehmen die Anforderungen Ihrer Kunden? Ein wachsender Teil der Schemberg-Kunden ist am Thema Nachhaltigkeit interessiert. Bereits bei der Ladenplanung achten viele auf möglichst material- und energiesparende Konzepte. Zudem werden bei etlichen Einzelhändlern im Rahmen der Wiederverwertung und Nachhaltigkeit nur Teilbereiche erneuert, es findet ein Facelifting statt.

Welche Anforderungen haben Sie an den Handel, wenn es um Nachhaltigkeit geht? Es ist zum einen wichtig, dass der Handel eine deutliche



CARSTEN SCHEMBERG, Vizepräsident des dlV – Netzwerk Ladenbau e. V. und Geschäftsführer der Theodor Schemberg Einrichtungen

Einstellung vertritt in wie weit das Thema für ihn von Belang ist. Zum anderen ist aber klar, dass Nachhaltigkeit nur dann glaubhaft und wirkungsvoll ist, wenn diese gemeinschaftlich vom Handel und vom Ladenbauer umgesetzt wird. **st der Handel bereit, in Nachhaltigkeit zu investieren und Mehrkosten in Kauf zu nehmen?** Der

Trend zur Nachhaltigkeit ist ohne Zweifel im Handel angekommen. So haben Erfahrungen aus der Lebensmittelbranche gezeigt, dass immer mehr Verbraucher einen gesteigerten Wert auf eine umweltbewusste Lebensweise legen. Dass durch Nachhaltigkeit langfristig Investitionsgüter eingespart, Ressourcen geschont und die Umwelt entlastet wird, steht fest. Eine so gestaltete Ladeneinrichtung ist jedoch zunächst mit Mehraufwand verbunden und somit kostenintensiver. Hier kann man sagen, dass die Bereitschaft für Mehrkosten in Bezug auf nachhaltige Konzepte noch gering ist.

Was haben Sie sich für die Zukunft in Bezug auf CSR vorgenommen? Ein betriebliches Gesundheitsmanagement gibt es bereits. Dieses soll noch weiter ausgebaut werden. In der Zusammenarbeit mit Schulen ermöglicht Schemberg Schülerpraktika. Als größter Ausbilder für Tischler im Kreis Steinfurt wird aktiv an der Zukunft gearbeitet. So ermöglicht Schemberg, auch als internationaler Ausbildungsbetrieb, seinen Lehrlingen neue Erfahrungen im europäischen Ausland zu sammeln.