

Thema: Umweltschutz im Supermarkt – NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2012“

Beitrag: 2:11 Minuten

Anmoderationsvorschlag: Die Deutschen legen beim Einkaufen immer mehr Wert auf Bio-Kost, auf Lebensmittel aus der Region sowie auf ökologische Verpackungen. Aber mal Hand aufs Herz: Jeder von uns hat doch schon mal im Supermarkt gestanden und sich gefragt, welche Produkte sind denn nun tatsächlich richtig grüne. Für mehr Durchblick sorgt da der Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2012“, den der Naturschutzbund Deutschland (NABU) gerade frisch in Berlin vergeben hat. Mehr über die Preisträger verrät Ihnen Uwe Hohmeyer.

Sprecher: Regionale und saisonale Produkte, ein breites Angebot an Bio-Lebensmitteln und Mitarbeiter, die dem Kunden einen Blick hinter die Kulissen gestatten: Auch in diesem Jahr hat der NABU besonders engagierte Märkte mit dem Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb“ ausgezeichnet. Sieger bei den Filialen der großen Lebensmittelketten ist die tegut-Filiale, Am Kaufpark 1, in Göttingen.

O-Ton 1 (Otmar Mohr, 0:19 Min): „Wir haben sehr viele Bioartikel, wir haben regionale Produkte, und wir haben viele fair gehandelte Produkte im Sortiment. Ganz besonders hervorheben kann ich, dass wir einen Bioanteil von über 35 Prozent haben vom Gesamtumsatz - und das ist schon ganz erheblich in der Lebensmittelbranche.“

Sprecher: So der Filialgeschäftsführer Otmar Mohr. In der Kategorie „Biolebensmittelmärkte“ freut sich Michael Radau von der Filiale der Super Bio Markt AG in der Mönkedieckstraße in Osnabrück über den Preis. Sein Markt überzeugt vor allem durch ein ganzheitliches Konzept.

O-Ton 2 (Michael Radau, 0:20 Min.): „Wir haben nicht nur die Produktqualitäten im Auge, sondern wir haben auch Photovoltaikanlagen, wir haben eine E-Ladestation für Elektromobilität. Wir versuchen, die Kunden und die Verbraucher zu den Erzeugern zu bringen. Wir versuchen, Erzeuger bei uns in den Markt zu bringen, Regionalität also wahrnehmbar, spürbar zu haben.“

Sprecher: Dritter Preisträger ist Meike Bergmann vom EDEKA Aktiv Markt im Loewe-Center in Lüneburg, die sich auf den Lorbeeren aber nicht ausruhen will.

O-Ton 3 (Meike Bergmann, 0:19 Min.): „Dieser Preis bedeutet uns speziell sehr viel, weil wir uns die letzten zwei Jahre ausschließlich und intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt haben. Wir haben uns eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet. Und das bestätigt uns jetzt, dass wir so einen Preis bekommen haben, dass sich diese Arbeit gelohnt hat. Es ist die richtige Richtung und wir machen weiter so - und da freuen wir uns auch schon drauf.“

Sprecher: Und wenn es nach NABU-Präsidiumsmitglied Andreas Fußer geht, dann könnten sich durchaus noch ein paar Märkte mehr von den frisch Ausgezeichneten eine Scheibe abschneiden.

O-Ton 4 (Andreas Fußer, 0:20 Min.): „Sie können davon lernen, dass regionale Produkte, die gut produziert worden sind, die eine gute Qualität haben, hervorragend ankommen bei den Kunden, dass sie damit ein neues Kundensegment erschließen können, dass sie Kunden halten können. Dass sie damit letztendlich mehr Umsatz machen und dass wir am Ende, sowohl die Hersteller als auch die Kunden als auch der Handel, gemeinsam davon profitieren können, die Umwelt nicht zu vergessen.“

Abmoderationsvorschlag: Mehr über den NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2012“ und die Preisträger finden Sie im Internet unter www.NABU.de/gruener-einkaufskorb.

Thema: Umweltschutz im Supermarkt – NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2012“

O-Ton-Paket: 3:30 Minuten

Anmoderationsvorschlag: Die Deutschen legen beim Einkaufen immer mehr Wert auf Bio-Kost, auf Lebensmittel aus der Region sowie auf ökologische Verpackungen. Aber mal Hand aufs Herz: Jeder von uns hat doch schon mal im Supermarkt gestanden und sich gefragt, welche Produkte sind denn nun tatsächlich richtig grüne. Für mehr Durchblick sorgt da der Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2012“, den der Naturschutzbund Deutschland (NABU) gerade frisch in Berlin vergeben hat. Mehr über die Preisträger erfahren Sie hier.

[Hier finden Sie O-Töne von den am 22.10.2012 ausgezeichneten Gewinnern des NABU-Umweltpreises „Grüner Einkaufskorb 2012“ in den Kategorien „Filialen der großen Lebensmittelketten“, „Selbstständige Lebensmittelmärkte“ und „Biolebensmittelmärkte“ sowie von NABU-Präsidiumsmitglied Andreas Fußer.]

Sieger in der Kategorie „Filialen der großen Lebensmittelketten“: tegut-Filiale, Am Kaufpark 1, 37081 Göttingen, Filialgeschäftsführer: Otmar Mohr

1. Herr Mohr, warum hat die Jury Ihren Markt mit dem NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2012“ ausgezeichnet?

O-Ton 1 (Otmar Mohr, 0:23 Min.): „Weil wir sehr gut in diese Richtung arbeiten: Wir haben sehr viele Bioartikel, wir haben regionale Produkte, und wir haben viele fair gehandelte Produkte im Sortiment. Ich denke mal, dass das ausschlaggebend ist. Ganz besonders hervorheben kann ich, dass wir einen Bioanteil von über 35 Prozent haben vom Gesamtumsatz - und das ist schon ganz erheblich in der Lebensmittelbranche.“

2. Welche Ziele haben Sie sich noch für die Zukunft gesetzt?

O-Ton 2 (Otmar Mohr, 0:12 Min.): „Man soll sich in aller Regel nicht auf seinen Lorbeeren ausruhen. Und wir werden weiter natürlich versuchen, dem Kunden das zu geben, was er verlangt. Das heißt für uns insbesondere, das Biosortiment weiter zu pflegen und auszubauen.“

Sieger in der Kategorie „Selbstständige Lebensmittelmärkte“: EDEKA Aktiv Markt im Loewe-Center, Wulf-Werum-Str. 2, 21339 Lüneburg, Geschäftsführerin: Meike Bergmann

3. Frau Bergmann, was tun Sie denn in Ihrem Markt für die Umwelt?

O-Ton 3 (Meike Bergmann, 0:48 Min.): „Wir sind ein Familienbetrieb in Lüneburg mit drei Märkten und haben uns mit unseren Mitarbeitern in den letzten ein bis zwei Jahren intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt, haben eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt und haben darin definiert, was wir für die Umwelt tun. Da haben wir eine eigene Stofftragetasche mit unserem Logo, die wirklich die Kunden jedes Mal wieder bei ihrem Einkauf nutzen, was natürlich schon sehr umweltfreundlich ist, weil wir diese Einwegtragetaschen vermeiden. Außerdem fällt mir bei dem Thema die ‚MeiBox‘ ein, die die Eierverpackungen vermeidet oder überflüssig macht. Wichtig ist aber vor allem für die Umwelt auch, dass wir regionale Produkte und regionale Lieferanten fördern. Und damit vermeiden wir natürlich lange Transportwege, was sehr vieles mit sich bringt und das ist schon der größte Umweltnutzen, den ich dabei sehe.“

4. Was bedeutet die Auszeichnung für Sie mit Blick auf die Zukunft?

O-Ton 4 (Meike Bergmann, 0:24 Min.): „Dieser Preis bedeutet uns speziell sehr viel, weil wir uns die letzten zwei Jahre ausschließlich und intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt haben. Wir haben uns eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet. Und das bestätigt uns jetzt, dass wir so einen Preis bekommen haben, dass sich diese Arbeit gelohnt hat. Die Mitarbeiter sind geschult und können damit deswegen auch viel anfangen. Es ist die richtige Richtung und wir machen weiter so. Und das bestätigt uns und da freuen wir uns auch schon drauf.“

Sieger in der Kategorie „Biolebensmittelmärkte“: Super Bio Markt AG, Filiale Mönkedieckstr. 14, 49088 Osnabrück, Vorstandsvorsitzender: Michael Radau

5. Herr Radau, mit welchem Konzept haben Sie die Jury des NABU-Umweltpreises überzeugt?

O-Ton 5 (Michael Radau, 0:28 Min.): „Ich denke, mit unserem ganzheitlichen Konzept. Wir haben nicht nur die Produktqualitäten im Auge, sondern wir haben auch ein ganzheitliches Konzept, wie wir es verstehen. Wir haben Photovoltaikanlagen, wir haben eine E-Ladestation für Elektromobilität. Wir versuchen, die Kunden und die Verbraucher zu den Erzeugern zu bringen. Wir versuchen, Erzeuger bei uns in den Markt zu bringen, Regionalität also wahrnehmbar, spürbar zu haben. Und dieser gesamte Ansatz, glaube ich, hat die Jury überzeugt.“

6. Ihr Markt ist erfolgreich, aber was wollen Sie in Zukunft noch verbessern?

O-Ton 6 (Michael Radau, 0:18 Min.): „Wir möchten viel mehr Bio verkaufen. Wir möchten attraktive Verkaufsstellen bieten. Wir möchten unseren Mitarbeitern die Möglichkeit geben, im und mit dem Unternehmen zu wachsen. Wir haben tolle Auszubildende, denen möchte ich eine Perspektive bieten für die Zukunft. Und ich glaube, dass wir, wenn wir das gut machen, auch den Bedarf der Verbraucher decken.“

NABU-Präsidiumsmitglied Andreas Fußer:

7. Herr Fußer, Sie haben jetzt bereits zum dritten Mal den NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb“ verliehen. Warum haben Sie den überhaupt ins Leben gerufen?

O-Ton 7 (Andreas Fußer, 0:17 Min.): „Weil wir den Handel in seiner Schnittstellenfunktion zwischen Kunden und Herstellern stärken wollten. Es hängt ganz viel davon ab, dass der Handel ein gutes Sortiment hat und dass er aber auch durch gute Kommunikation und gute Präsentation dafür sorgt, dass der Kunde seinen eigentlichen Bedürfnissen und seiner Wahlfreiheit auch in optimaler Weise nachkommen kann.“

8. Drei besonders erfolgreiche Marktkonzepte haben Sie ausgezeichnet: Was können denn andere Supermärkte von den diesjährigen Gewinnern lernen?

O-Ton 8 (Andreas Fußer, 0:20 Min.): „Sie können davon lernen, dass regionale Produkte, die gut produziert worden sind, die eine gute Qualität haben, hervorragend ankommen bei den Kunden, dass sie damit ein neues Kundensegment erschließen können, dass sie Kunden halten können. Dass sie damit letztendlich mehr Umsatz machen und dass wir am Ende, sowohl die Hersteller als auch die Kunden als auch der Handel, gemeinsam davon profitieren können, die Umwelt nicht zu vergessen!“

Abmoderationsvorschlag: Mehr über den NABU-Umweltpreis „Grüner Einkaufskorb 2012“ und die Preisträger finden Sie im Internet unter www.NABU.de/gruener-einkaufskorb.