



FRESH VISIONS –

die Zukunftswerkstatt der Aktion Gemeinsinn e.V. 2004

gefördert durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Con-Paper der Arbeitsgruppe 3: Nachhaltige Entwicklung

Arbeitsgruppe zu:

„Praktische Umsetzung des Nachhaltigkeitsprinzips am Beispiel des Lebensmittelhandels“

1. Einleitung zum Thema

In einer einführenden Kritikphase stellten sich in unserer Arbeitsgruppe schnell die Bereiche Gesellschaft/Soziales, Umwelt/Ökologie sowie Ökonomie als große Schwerpunkte heraus. Gravierende Mängel in Nachhaltigkeit fanden wir zahlreich in allen Bereichen. Wir waren uns aber auch bewußt darüber, dass keiner dieser Schwerpunkte separat von uns bearbeitet werden konnte, da Ursachen und Folgen häufig Missstände in mehreren Bereichen widerspiegeln. Tiefgreifende und nachhaltige unserer Gesellschaft sind schwierig und langwierig. Viele Mitbürger haben noch zu wenig Verständnis für die Notwendigkeit eines zukunftsgerichteten Handelns entwickelt. Jedoch viele kleine Veränderungen und Schritte hin zu mehr Verantwortlichkeit gegenüber Natur und Mensch können langfristig nur positiv wirken.

Diese Idee von anwendungsbezogenen Veränderungen hat unsere Arbeitsgruppe versucht umzusetzen. Hierbei war uns wichtig, dass unser Konzept alle drei oben genannten Schwerpunkte erfasst und eine realistische Vision für eine nachhaltige Entwicklung darstellt. Eingebettet in das Konzept einer sich nachhaltig entwickelnden Stadt, entwarfen wir den Supermarkt von morgen. Im Lebensmittelhandel fanden wir eine Synthese von Fragen zu Ökonomie, Umwelt und Sozialem. Dies stellte die ideale Plattform dar, um allgemein gültige Ideen an einem praktischen Beispiel festzumachen.

2. Themenumriss der verschiedenen Problemfelder und praktische Lösungsansätze

Unseren nachhaltigen Supermarkt könnte man vielleicht als den modernen Marktplatz bezeichnen. Unsere Vision dahinter sieht diese moderne Einkaufswelt nicht als einen Tempel des Konsums, sondern vielmehr als einen zentralen Treffpunkt einer Gemeinde, eines Bezirkes oder Stadt. Damit wären wir schon am ersten Problem und unseren Ideen dazu gelangt:

Die Standortfrage

Das Stichwort der *kurzen Wege* spielt hier die entscheidende Rolle und wirkt sich auch auf die kommenden Punkte aus. Eine dezentrale Lage von Märkten, d.h. eine Ansiedlung von Supermärkten in den verschiedenen Bezirken der Stadt, schafft kurze Wege der Verbraucher zum Geschäft. Viele Kunden werden aufgrund dessen eher den Fußweg wählen oder das Rad; gegebenenfalls sind die Märkte aber auch mit einer guten Anbindung an den gut ausgebauten ÖPNV angeschlossen und so leicht zu erreichen. Die Nähe zum Geschäft macht das Auto überflüssig und die Waren können kurze Strecken getragen werden. Geschäfte in der näheren Umgebung schaffen ebenso die Möglichkeit öfter nach Bedarf

einzukaufen und somit pro Weg weniger Waren tragen zu müssen. Für alle Kunden die möchten bzw. darauf angewiesen sind, besteht die Möglichkeit einer Auslieferung der eingekauften Waren in die nähere Umgebung. Feste Zeiten hierfür machen eine effiziente Logistik möglich, was unnötige Wege mit Transportmitteln reduziert. Eine weitere Verbesserung in Transport und Verkehr wäre ein Großlager außerhalb der Stadt mit guter Verkehrsanbindung. Dies ermöglicht eine schnelle Anlieferung der Produkte von den Herstellern und eine gezielte Weiterverteilung an Märkte mit entsprechendem Bedarf. Die meisten Hersteller kommen ohnehin aus der Region und haben kurze Anfahrtswege zum Lager. Beinhaltet diese Anbindung das Schienennetz in der näheren Umgebung, kann der Warentransport weiter umweltfreundlicher gestaltet werden. Die Ware wird also zum Kunden in die Nähe gebracht, was effizienter ist, als dass jeder Kunde diesen Weg mit dem Auto zurücklegt.

Umwelt: eine Kostenfrage?

Die Forderung nach möglichst großer Umweltfreundlichkeit und viel Naturschutz ist ein sehr weitläufiges Themengebiet. Wir wollen uns aber auf das Wesentliche beschränken. Die nachhaltige Umsetzung unseres Konzeptes beginnt bereits am Bau. Es werden ökologische bzw. umweltschonend hergestellte Baumaterialien verwendet und das Gebäude naturnah und energieeffizient geplant. Um die Bodenversiegelung minimal zu gestalten, werden einige Grünflächen frei gelassen und entsprechendes Bodenpflaster verwendet. Im Innenbereich werden ebenfalls Grünflächen offen gelassen und mit gesammeltem Regenwasser versorgt. Das Regenwasser kann auch zu anderen Zwecken wie z.B. für Reinigungsarbeiten (auf die Wahl des Putzmittels ist zu achten!) eingesetzt werden. ENERGIESPAREN wird in unserem Supermarkt großgeschrieben. Schon die Konstruktion aus modernen Glaselementen und Holz hilft dabei. Wärmestrahlung kann gespeichert werden. Tageslicht wird genutzt und bei Bedarf durch Licht aus Energiesparlampen ergänzt. Die Solaranlage auf dem Dach bzw. Wänden ist nur ein praktisches Beispiel, um den verbleibenden Energieverbrauch möglichst aus regenerativen Quellen zu decken. Alle Energie verbrauchende Geräte werden effizient gestaltet (z.B. geschlossene Kühltruhen mit Türen) und nur so lange betrieben wie nötig. Die Kostenfrage wird damit langfristig gerechnet sogar ein ökonomischer Gewinn, es wird real Geld gespart. Durch diesen Bau wird ein Einkaufsraum regionaler Produkte geschaffen, der die Umwelt wenig belastet, insbesondere für Kinder Spielmöglichkeiten bietet oder sozialer Treffpunkt für Menschen aus der Nachbarschaft sein kann.

Nachfrage: Warensortiment & Marketing/Service

Die Nachfrage bestimmt das Angebot. So lautet das Motto einer freien Marktwirtschaft. Aber Nachfrage kann gesteuert werden, wie uns modernes Marketing täglich zeigt. Derzeit ist die Angebotspalette mehr durch Geiz als Qualität und Service geprägt. Eine Entwicklung unserer Gesellschaft zu mehr Nachhaltigkeit setzt aber eine Abkehr von Konsum als Lebensziel voraus. Der Erfolg unserer Ideen hängt daher entscheidend vom Kundenverhalten ab. Der Verbraucher muß verantwortungsvoll mit seiner Umwelt aber auch seiner eigenen Gesundheit umgehen. Der Kauf von Lebensmitteln bildet hierzu einen elementar wichtigen Punkt, der übergreifend wirkt. Qualitativ hochwertige Lebensmittel sind nicht nur gesundheitsförderlich, sondern setzen auch einen ökologischen Anbau bzw. eine umweltschonende Produktion voraus. *Verbraucher, die für ihre Gesundheit und ökologisch verantwortungsvolles Handeln sensibilisiert* sind, werden auch eher auf weiterführenden Gebieten bereit sein, neue Ideen zu Nachhaltigkeit aufzunehmen. Dazu ist allerdings Transparenz in der Produktion, dem Transport und der Kennzeichnung der Produkte unumgänglich. Unser Supermarkt möchte hier eine Vorreiterrolle spielen. Der Verbraucher erhält, soweit möglich, nur Produkte aus der Region. Transportwege oder Entfernungen werden gekennzeichnet. Verpackungen werden vermieden und Waren möglichst lose verkauft. Ökologische Lebensmittel und andere umweltfreundlich produzierte Produkte bilden den Schwerpunkt eines qualitativ hochwertigen Warensortiments. Produzenten und Lieferanten werden regelmäßig kontrolliert, ob nachhaltige Standards zu Umwelt- und Naturschutz, Arbeitnehmerschutz, Verbot von Kinderarbeit oder Tierversuchen, etc.

eingehalten werden. Die Ergebnisse werden veröffentlicht und unter anderem zur Kundenaufklärung verwendet. Neben der Transparenz ist diese Aufklärung ein entscheidendes Serviceangebot. Der Service ist ein wichtiges Standbein und Kunden finden kompetente Ansprechpartner zu Themen wie gesundes Ernähren, Zubereitung von wertvollen Malzeiten oder einfach neue Rezepte zu dem jahreszeitlichen Warenangebot. Preisaktionen, Kochkurse oder Probiermöglichkeiten locken Kunden an diesem nachhaltigen Konsum teilzunehmen, wie auch gezielte Werbung einen festen Kundenstamm schaffen kann.

Die Gesellschaft ist gefragt: soziale Verantwortung

Wir beschäftigen uns natürlich auch mit sozialen Aspekten bei nachhaltiger Entwicklung. Für ein erfolgreiches Serviceangebot in unserem Supermarkt sind qualifizierte und motivierte Arbeitnehmer wichtig. Probleme und Ängste der Mitarbeiter wirken sich auch negativ auf das Unternehmen aus. Integration und Mitverantwortung stärken dagegen die Moral der Arbeitnehmer. Gerechte Löhne und eine Betriebsrente sollen die Grundlage einer sozialen Absicherung sein. Auch sozial schlechter gestellt Mitmenschen (Behinderte, Arbeitslose, etc.) werden eingestellt und gefördert. Dies stärkt die persönlichen Kompetenzen jedes einzelnen Mitarbeiters aber auch die Gesellschaft. Gleichzeitig werden auch die so wichtigen baulichen Voraussetzungen für Behinderte erfüllt. Als einen Beitrag des Unternehmens für Gesellschaft und unseren Angestellten bieten wir einen integrierten Kindergarten an. Dies entlastet die Mitarbeiter, schafft aber auch eine großartige Möglichkeit für Kunden ihren Einkauf in Ruhe zu erledigen. Kunden soll der Aufenthalt im Supermarkt angenehm gemacht werden, und um dies weiter zu fördern, kam uns die Idee eines kleinen Cafés. Somit wird der Einkauf zu einem Erlebnis, bei dem man Freunde treffen, Hilfe zu Problemen und neue Ideen bekommen kann. Der Supermarkt von morgen soll Menschen aus der Umgebung zusammenführen und Gemeinsinn fördern statt Anonymität schaffen. Das Prinzip „Zur Tafel“ wird standardmäßig eingeführt und Lebensmittel, die nicht länger verkauft werden sollen, werden Hilfsbedürftigen zugeführt.

Diese Vorstellung von „corporate social responsibility“ (CSR) soll sich auch in den Betrieben widerspiegeln, die unsere Waren produzieren – im In- wie Ausland.

Wir erwägen die Rechtsform einer Genossenschaft für unseren Supermarkt. Auch wäre für eine gute Kundenbindung und besseren Akzeptanz von gerechtfertigten Preisen das Prinzip ‚Coop‘ eine Alternative, was eine ökonomisch-soziale Balance ermöglichen würde.

3. Resultierende Forderungen

- Streichung aller Subventionen, die nachhaltige Entwicklung nicht fördern helfen, zu Gunsten von umweltfreundlichen Produktionsweisen, effizientem Transport und Energienutzung, Naturschutz, corporate social responsibility (CSR), Gemeinsinnförderung, etc.
- Aufklärungsarbeit, Kampagnen, Schulbildung verstärkt zu gesunder Ernährung, Nahrungsmittelproduktion, Umweltschutz, etc. (Verantwortung setzt Bildung voraus!)
- Nahverkehr stärken und kundenfreundlich gestalten, Ausbau, kurze Wege ohne Auto durch Strukturveränderungen fördern
- Förderung der Nutzung regenerativer Energiequellen und Vorantreiben deren Ausbau
- ökologisches und energieeffizientes Bauen ist heute noch teuer für viele – Förderung

- Bodenversiegelung reduzieren und Neuversiegelung des Bodens verhindern
- nachhaltige Landwirtschaft gegenüber konventioneller Massenproduktion bevorzugen, Förderung regionaler Produkte und deren Vermarktung in der Umgebung
- allgemeingültige Kennzeichnungen für ökologische, umweltfreundliche und sozial verträgliche Produkte
- Transparenz in der Gesellschaft für mehr Vertrauen
- Gemeinsinn und persönliche Kompetenzen stärken und Gemeinschaft unterstützen hin zu mehr Mitverantwortung für sich und die Umwelt
- Förderung und Integration sozial schlechter gestellter Menschen