

HDE/BVE Unternehmertag Lebensmittel am 3. März 2009

Statement

HDE-Präsident Josef Sanktjohanser

Es gilt das gesprochene Wort

Mein sehr geehrten Damen und Herren,

auch von meiner Seite ein herzliches Willkommen zu unserem gemeinsam Unternehmertag Lebensmittel 2009.

Der Unternehmertag findet in diesem Jahr unter besonderen Bedingungen statt, nämlich denen der Wirtschaftskrise und den damit verbundenen Auswirkungen für Handel und Industrie. Blicken wir auf den Einzelhandel, so ist sicher, dass 2009 ein schwieriges Jahr werden wird. Wie sehr uns die Wirtschaftskrise tatsächlich treffen wird, ist noch unklar – entscheidend werden die Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt sein.

Aber auch in diesen Zeiten ist und bleibt der Klimawandel unbestritten eine wichtige Herausforderung, der wir uns – nicht nur heute – stellen. Der Handel leistet an verschiedenen Stellen seinen aktiven Beitrag für mehr Energieeffizienz und verstärkten Klimaschutz – etwa durch die Anwendung von energiebewusstem Nachhaltigkeitsmanagement oder den Einsatz energieeffizienter Technologien.

Insbesondere beim Strom- und Wärmebedarf seiner Geschäfte bzw. Gebäude, in der Logistik und beim Kältemittel- und Energieverbrauch seiner Kühlanlagen bestehen je nach Vertriebsformat Einsparpotenziale. Diese werden – auch im originären Interesse der Unternehmen – zur Kosteneinsparung ebenso wie zum Ausbau des Umweltschutzes genutzt. Ökonomie und Ökologie schließen einander nicht aus, sind insofern also kein Widerspruch und können bei intelligenten Lösungen gut miteinander verbunden werden.

Wettbewerbsdifferenzierung mit Ökologie und sozialverantwortlich hergestellten Produkten.

(Einige herausragende Beispiele bzw. Leuchtturmprojekte für das Engagement der Handelsunternehmen haben wir in einer HDE-Broschüre „*Klimaschutz leben – Handel und Energieeffizienz*“ zusammengestellt.)

Auch bei der Sortimentsgestaltung und der Kundeninformation übernimmt der Handel bereits seit Jahren Verantwortung. Dieses Thema umfasst natürlich das Lebensmittelsortiment, geht aber weit darüber hinaus und erfasst gleichermaßen auch den Nonfood-Bereich.

Sowohl durch das Angebot von nachhaltigen Nahrungsmitteln – ein wichtiger Teilbereich sind hier auch die Bio-Lebensmittel – als auch durch das breite Sortiment unter anderem von energieeffizienten Elektrogeräten und energieeffizientem Zubehör tragen die Handelsunternehmen bewusst zu einem nachhaltigen Konsum bei. Vom Verbraucher akzeptierte, freiwillige und verpflichtende Kennzeichensysteme wie die

Energieverbrauchskennzeichnung („A++“) oder das Umweltzeichen Blauer Engel werden im Handel aktiv hervorgehoben.

Kennzeichnungssysteme machen Sinn, wenn die Grundlagen dafür transparent, vergleichbar und wissenschaftlich abgesichert sind. Vor diesem Hintergrund sieht der HDE eine produktbezogene Carbon Footprint-Kennzeichnung kritisch. Wir haben hier erhebliche Bedenken hinsichtlich Praktikabilität und Umsetzung. Man läuft Gefahr, den Verbraucher mit einer solchen Kennzeichnung eher zu verwirren als ihm einen tatsächlichen zusätzlichen Informationswert zu vermitteln.

Eine ganz andere Bewertung verdient aber die Herausforderung, sich mit dem Thema Carbon Footprint inhaltlich auseinander zu setzen. Die Analyse von Ökobilanzen und Einsparpotenzialen in der Produktionskette der Waren und bei der Ressourcenbeschaffung sieht der Einzelhandel als einen sinnvollen Beitrag aller wirtschaftlich handelnden Akteure an.

Dass Nachhaltigkeit im Einzelhandel ganz weit oben auf der Agenda steht, zeigt ganz aktuell das Europäische Einzelhandelsforum REAP (Retailers Environmental Action Program), ein Gemeinschaftsprojekt der Europäischen Kommission und des Handels, das heute in Brüssel offiziell vorgestellt wird. Dieses europaweite Forum soll die vielfältigen unternehmensindividuellen Aktivitäten der Branche im Bereich Nachhaltigkeit bündeln und voran treiben und damit einen weiteren Beitrag für nachhaltigen Konsum und nachhaltige Produktion leisten. Diesen unternehmensspezifischen Ansatz unterstützen wir nachdrücklich - Branchenselbstverpflichtungen lehnen wir allerdings ab.

Am Ende entscheidet selbstverständlich der Konsument über die Produkte, die er täglich bei uns kauft.

Wir müssen uns den Herausforderungen stellen: Abhängig von den jeweiligen Potentialen und unter umfassender Berücksichtigung von Nahrungsmittelsicherheit und Umweltverträglichkeit sind Lösungsstrategien zur Bekämpfung der Folgen des Klimawandels auch im Bereich der Agrar- und Ernährungswirtschaft gefragt. Wir sind als Handel sicher, dass dieses Bewusstsein in der gesamten Produktions- und Verarbeitungskette vorhanden ist und wir im konstruktiven Dialog auf tragfähige und nachhaltige Lösungskonzepte bauen können.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, wir sind gespannt auf den heutigen Tag, die hochkarätigen Redner und die exzellent besetzten Diskussionsrunden zum Thema Klimawandel – Zeitenwende!

Herr Bongard wird uns jetzt – wie auch in den vorherigen Jahren – durch das Programm führen. Ich wünsche uns allen einen gelungenen Kongresstag!