

erstellt: 06.10.2019

Unverpackt: Die Kundschaft ist vielfältiger als die Öko-Nische

O-Ton: Dr. Melanie Kröger, Wissenschaftliche Mitarbeiterin und Projektkoordinatorin
Projekt Unverpackt, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, 16225
Eberswalde

Länge: 2:13 (divers kürzbar)

Autor: Harald Schönfelder

Info: Nachdem sie im Ausland bereits ein Erfolgsmodell waren, sind die Unverpackt-Läden in den vergangenen Jahren auch nach Deutschland gekommen. Hier haben sie sich ganz gut entwickelt. Fast 150 von ihnen gibt es inzwischen im Land. Auf der Anuga waren die Läden nicht. Aber die Hochschule für nachhaltige Entwicklung hat ihre Kunden untersucht. Das Ergebnis: Dazu könnte auch ihr Nachbar, der Versicherungsvertreter gehören.

Anmoderation: Unverpackte Lebensmittel, die aus dem Großbehälter gleich in die mitgebrachten Mehrwegkisten rauschen, das ist eines der Trendthemen im Bereich der Supermärkte. Die Läden haben in den vergangenen Jahren einen kleinen Boom erlebt, rund 150 von ihnen gibt es zur Zeit in Deutschland. Auf der Anuga, der weltgrößten Messe für Lebensmittel in der Koelnmesse, haben sie zwar keinen Stand. Doch dort haben sie auf der Vortragsbühne zumindest eine Stimme. Denn die Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde hat sie und ihre Kunden untersucht.

Beitragstext: O-Ton

sagt Melanie Kröger von der Hochschule für Nachhaltige Entwicklung Eberswalde. Sie koordiniert dort das Projekt Unverpackt. 50 Teilnehmer haben sich genug für diese Frage begeistert um drei Wochen lang ihren Einkauf zu protokollieren. Interessanterweise gibt es nicht den einen Typ Kunden.

O-Ton

Die Bürgerlichen und die Studenten eint, dass sie eben keine Verpackung um ihre Produkte wollen. Aber wie sieht es im Lager aus? Das Prinzip der Vermeidung gilt dort auch, die Inhaber achten darauf.

O-Ton

Die allerdings gibt es noch nicht flächendeckend. Trotzdem sinkt die Müllrate um bis zu 90%, je nach Produkt, sagt Melanie Kröger. Für die Kunden bedeutet das gute Gewissen, dass sie Dosen, Gläser, Kartons mitbringen müssen. Für die meisten ist es natürlich eine Umstellung.

O-Ton

Aber diese Hürde ist recht niedrig und wurde schnell genommen. Die Umstellung fiel den Kunden leicht.

O-Ton

Das lässt für die Zukunft hoffen. Denn die unverpackten Läden wachsen zur Zeit recht schnell, wenn sie aber mehr als nur ihre Kerngruppe als Kunden wollen, dann sollte das Konzept unter anderem einfach zu bedienen sein.

Harald Schönfelder, Redaktion ... Köln

zum Beitrag gehörende mp3-Dateien:

vertont: Anuga_2019_Unverpackt_Kundenstudie_BTR.mp3

nur O-Töne: Anuga_2019_Unverpackt_Kundenstudie_BTR_unvertont.mp3