



Zunehmend findet das Thema **Umwelt- und Klimaschutz** in der breiten Masse Gehör. In Politik, Wirtschaft und Gesellschaft macht man sich viele Gedanken darüber, wie Deutschland seine **Nachhaltigkeitsziele** rechtzeitig erreichen kann.

Wie konkret wird Nachhaltigkeit definiert?

Nachhaltigkeit fußt auf einem Modell mit **drei Dimensionen**, der **ökologischen**, **ökonomischen** und **sozialen** Dimension. Diese Dimensionen der Nachhaltigkeit stehen miteinander in Wechselwirkung und müssen langfristig ausgewogen sein.

Ökologische Nachhaltigkeit beschreibt den weitsichtigen und rücksichtsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen. Eine Lebensweise, die keinen Raubbau an der Natur betreibt und natürliche Lebensgrundlagen nur in dem Maße beansprucht, wie diese sich regenerieren.

Ökonomische Nachhaltigkeit beschreibt die Maximierung des ökonomischen Ertrags bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung der benötigten Eingangsressourcen. Die Gesellschaft soll so leben, dass nachkommende Generationen weiterhin ohne Einbußen eine Wirtschaftsweise vorfindet, die dauerhaft betrieben werden kann.

Soziale Nachhaltigkeit beschreibt die bewusste Organisation von sozialen und kulturellen Systemen.

Welchen Beitrag zur Nachhaltigkeit kann der Handel leisten?

Viele Händler:innen aus der Blumen-, Baumarkt-, Lebensmittel- oder sonstigen Branchen haben ihre eigenen Märkte und damit ein unglaubliches Potenzial, das Thema Nachhaltigkeit zu spielen.

Solaranlagen: laut einer Studie wurden in Deutschland im Jahr 2021 lediglich knapp 9 % des Bruttostromverbrauchs durch Photovoltaik erzeugt. Auf dem Dach jedes Marktes könnten Sie eine Solaranlage anbringen und Ihren eigenen Strom erzeugen. Mittelfristig können Sie dadurch Ihre Kosten enorm senken und die gewonnenen finanziellen Mittel für andere Dinge nutzen, welche letzten Endes den Kund:innen zugutekommen.

Stromladestation: in der Regel hat jeder Markt auch einen entsprechenden Parkplatz, auf welchem Sie eine Stromladestation anbringen könnten. Somit bieten Sie Ihren Kund:innen, welche ein Elektroauto besitzen, einen super nachhaltigen Service an und Sie partizipieren durch die Installation selbst, da Sie vom Anbieter Geld für den zur Verfügung gestellten Platz bekommen.

Verpackungen: viele Produkte enthalten Verpackungsgrößen, welche 10 bis 20 % größer sind, als der eigentliche Inhalt. Hier haben Sie zwei Möglichkeiten anzusetzen, indem Sie die Verpackungsgröße anpassen lassen, wodurch Sie Transport-, Lagerkosten und Platz im Regal sparen und indem Sie die Verpackung an sich so nachhaltig wie möglich gestalten.

Produzenten: eine Bestellauslösung bei einem in Deutschland oder in Europa produzierenden Unternehmen kann den Fußabdruck an CO₂ deutlich reduzieren und ganz nebenbei erhalten Sie Arbeitsplätze. Das Produkt ist eventuell kostenintensiver, aber nachhaltiger produziert worden und genau das müssen Sie zwingend kommunizieren, damit Ihre Kund:innen nachvollziehen können, warum ein Produkt möglicherweise teurer als beim Discount ist.

Weiteres: selbstverständlich gibt es eine Menge weiterer Möglichkeiten nachhaltiger zu wirtschaften, sodass die Liste endlos weiter gehen könnte.

Fazit zum Thema Nachhaltigkeit

Durch die oben genannten Möglichkeiten zur Steigerung der Nachhaltigkeit möchte ich aufzeigen, dass Nachhaltigkeit nicht immer teuer sein muss, sondern sich mittelfristig amortisiert.

Als extrem wichtig erachte ich nach wie vor die Kommunikation an Ihre Kund:innen zu jeder Sache, welche Sie für die Nachhaltigkeit und die Gesellschaft tun.

Für einen weiteren Austausch stehe ich Ihnen gerne über [LinkedIn](#) zur Verfügung.