

Klimafreundliche Kaufentscheidungen mit BE CLIMATE

Port International | Delhaize ► Immer mehr Verbraucher machen sich beim Einkauf ihres Obstes und Gemüses Gedanken über den ökologischen Fußabdruck, den das Produkt auf der Erde hinterlässt. Auf dem Deutschen Obst & Gemüse Kongress 2020 erklärten Mike Port, Geschäftsführer von Port International European Sourcing, und Sven Van De Voorde, Filière Manager Fruit & Vegetables der Delhaize Group, wie sie dem Kunden zu einer klimafreundlichen Kaufentscheidung verhelfen wollen.

Mara Mechmann

Jeder Kassenbon ist ein Stimmentzettel. So lautet ein viel gehörter Spruch, spätestens seit Aufkommen der Fridays for Future-Bewegung. Und so fragt sich manch einer in der O+G-Abteilung: „Wie hoch ist wohl der CO₂-Ausstoß, den ich mit dem Kauf dieser Bananen aus Ecuador verantwortete?“ Das Hamburger Handelsunternehmen Port International möchte dem Verbraucher mit seiner Marke BE CLIMATE eine Entscheidungshilfe bieten. Mit ihrem auffälligen blauen Logo kennzeichnet die Marke seine klimaneutralen Produkte.

Das Konzept

BE CLIMATE will den CO₂-Ausstoß, den ein Produkt verursacht zunächst einmal transparent und rückverfolgbar machen. Ablesbar sind die Informationen für den Kunden durch einen QR-Code am Produkt,

**Mike Port,
Geschäftsführer
von Port International European
Sourcing**



der mit den Worten „Scan me“ gekennzeichnet ist. Die Summe ergibt sich aus dem CO₂-Ausstoß des Produkts von seinem Ursprung bis an den Point of Sale. Dazu gehören Anbau, Packprozess und Logistik. Neben der Erfassung dieser Werte, bemüht sich Port International auch aktiv um deren Reduktion. Ein klimaneutrales Containerterminal, LED-Beleuchtung, Kraftstoffeinsparung und die Nutzung von Wind- und Solarenergie sind nur ein paar Beispiele dafür. Ganz aber lässt sich der Ausstoß von CO₂ noch nicht vermeiden. Wie aber kann ein BE CLIMATE-Produkt dann CO₂-neutral sein? Das nicht-einsparbare CO₂ wird von Port International ausgeglichen. Zu diesem Zweck investiert das Unternehmen den monetären Gegenwert des CO₂ in zertifizierte Klimaschutzprojekte auf der ganzen Welt. Als Beispiele präsentierte Mike Port, der zum DOGK per Live-Video zugeschaltet war, unter anderem ein Trinkwasserprojekt in Kambodscha. Dort hat rund ein Viertel der 16 Mio Einwohner keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser. Die Folge: Wasser muss abgekocht werden.

Das blaue Logo fällt sofort auf.

Das geschieht auf offener Flamme mit Holz oder Kohle. Dabei entstehen nicht nur Emissionen, für das benötigte Brennholz verschwinden auch ganze Wälder. Das Projekt versorgt rund 1,7 Mio Menschen mit sauberem Trinkwasser durch ein subventioniertes Keramik-Wasserfilter-System. „Durch solche Projekte konnten bis heute rund 9 Mio kg CO₂ ausgleichen“, erklärte Port stolz in seinem Vortrag. Unter der Marke BE CLIMATE vertreibt Port International Erdbeeren, Bananen, Heidelbeeren, Blattclementinen und grünen Spargel.

BE CLIMATE im LEH

Kaufen kann der Verbraucher BE CLIMATE-Produkte unter anderem bei der belgischen Delhaize Gruppe. Im Zuge der intensiv vorangetriebenen Sustainable Retailing Strategy habe sich das Unternehmen für die Aufnahme von BE CLIMATE-Produkten ins Sortiment entschieden, erklärt Sven Van De Voorde, der für seinen Vortrag ebenfalls per Video zugeschaltet war. In Versuchen habe sich gezeigt, dass sich die Delhaize-Kunden häufiger für die klimaneutrale Banane entscheiden, wenn sie die Wahl zwischen dem Premium-Produkt und der BE CLIMATE-Banane hatten. Insgesamt hätten die Kunden die neue Marke sehr gut angenommen, so Van De Voorde: „Seitdem die Marke Teil unseres Sortiments ist, konnten wir einen generellen Verkaufszuwachs im Segment Bananen feststellen“, berichtete Van De Voorde. ●

