

# Neue klimaneutrale Premium-Marke „BE CLIMATE“ lanciert

**Port International** ► Mit der neuen Marke „BE CLIMATE“ positioniert sich Port International als Vorreiter für klimaneutrales Obst und Gemüse. Nach der erfolgreichen Einführung von Fairtrade und Bio sowie dem Handel mit klimaneutralen Früchten seit 2017 erweitert der seitdem klimaneutral gestellte Fruchtdienstleister ab Oktober 2019 sein Sortiment um fünf Produkte: Banane, Erdbeere, Heidelbeere, Clementine und grüner Spargel.



**D**er Startschuss wird am 22. Oktober auf der Fruit Attraction 2019 in Madrid fallen, wo Geschäftsführer Mike Port und sein Team detailliert über Inhalte und Ziele des neuen Markenauftritts Auskunft geben werden. Doch bereits heute steht fest: In Zukunft sollen alle Bereiche des Sortiments von Port International unter der neuen Premium-Marke klimaneutral angeboten werden. Auf diese Weise soll den Verbrauchern ein klimafreundlicher Konsum ermöglicht werden, ohne dabei ganzjährig auf frisches Obst und Gemüse aus aller Welt verzichten zu müssen. Verbraucher erkennen die klimaneutralen Produkte am Markenlogo von „BE CLIMATE“. Die meisten Produkt-Label verfügen über einen integrierten QR-Code oder eine ID-Nummer, mit deren Hilfe sie einfach und direkt sehen können, welches konkrete Projekt sie mit der Wahl von klimaneutralem Obst und Gemüse unterstützt haben. Klimaneutral bedeutet, so erklärt Port, dass zunächst der gesamte CO<sub>2</sub>-Ausstoß, den Obst und Gemüse vom Ursprung bis zum Verbraucher verursachen, berechnet wird. Dazu gehören: Anbau, Packprozess und Logistik. Danach werden CO<sub>2</sub>-Emissionen, wo bereits möglich, reduziert. Schließlich wird das unvermeidlich entstandene CO<sub>2</sub> durch international anerkannte Klimaschutzprojekte, z.B. in Peru und Kambodscha, ausgeglichen.



**Die Geschäftsführer innerhalb der Port-Gruppe (v.l.): André Lüling, Mike Port und Philippe Peiró**



Fotos: Port International

## People, Planet & Profit

Für Mike Port ist es dabei entscheidend, dass alle drei Nachhaltigkeitsdimensionen, also Ökologie, Soziales und Ökonomie, gebührend berücksichtigt werden. „Wir wollen mit ‚BE CLIMATE‘ den Beweis antreten, dass es möglich ist, Umsatzziele und Klimaziele miteinander zu verbinden. Mit CO<sub>2</sub>-neutralem Obst und Gemüse machen wir es den Verbrauchern leicht, einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten und damit einem stetig wachsenden Bedürfnis in der Gesellschaft Rechnung zu tragen“, so Mike Port.

Beim Engagement für die Klimaschutzprojekte geht es aber nicht nur um die vordergründigen Ziele wie Aufforstung, nachhaltiges Waldmanagement und sauberes Trinkwasser. „Diese Maßnahmen zum CO<sub>2</sub>-Ausgleich schärfen das Bewusstsein der Menschen für die Umwelt und bewirken als positive Nebenwirkung die Verbesserung von Lebensbedingungen, Gesundheit und Bildung vor Ort. Gleichzeitig sind unsere Produkte in hohem Maße von einer intakten Natur abhängig, denn die ohne Zweifel durch den Klimawandel vermehrt auftretenden extremen Wetterbedingungen führen zu verheerenden Ernteaufschlägen oder starken Qualitätseinbußen und bedrohen Landwirte in unterschiedlichen Regionen dieser Welt in ihrer Existenz“, betont Mike Port.

Mike Port weiß gleichwohl, dass bis zum Erreichen der Ziele noch ein weiter Weg bevorsteht. Doch den von Kritikern häufig geäußerten Vorwurf, dass es sich bei der CO<sub>2</sub>-Kompensation um „Greenwashing“ handle, weist er entschieden zurück und appelliert gleichzeitig an den Handel. „Natürlich wissen wir, dass klimaneutrale Produkte nur der erste Schritt sind, dem noch viele weitere folgen müssen. Aber es ist einer, der jetzt und sofort machbar ist. Und das ist für uns entscheidend. Deshalb wollen wir künftig auch unsere Partner motivieren, nach innovativen und klimafreundlichen Alternativen zu suchen. Unser Ziel ist es, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß der gesamten Lieferkette auf ein Minimum zu reduzieren. Bis 2030 wollen wir unseren Kunden nicht nur alle Bereiche unseres Sortiments klimaneutral anbieten, sondern den Handel durch die Sinnhaftigkeit dieses nachhaltigen Markenkonzepts auch davon überzeugen, uns unser komplettes Sortiment klimaneutral abzunehmen.“ ●