



Marketing mit Umweltthemen Verkaufsstelle & Warenkennzeichnung – Umweltinformationen richtig platzieren

Weitere Hefte der Reihe „Marketing mit Umweltthemen“:

Presse und Öffentlichkeit | Klassische Werbung | Social Media Marketing

Aktionen im Unternehmen | Internet | Messen & Veranstaltungen

Mitarbeiter als Botschafter | Grundlagen | Publikationen und Infomaterialien



Wie nutzen Sie die Verkaufsstelle für Ihr Umweltmarketing?

Die Verkaufsstelle, auch Point of Sale (POS) oder Point of Purchase (POP), ist der Ort, an dem Sie Ihre Produkte, Waren oder Dienstleistungen zum Verkauf anbieten. Ihre Verkaufsstelle kann physischer Natur sein, also eine Filiale, Geschäftsräume oder Warenmärkte, oder virtuell als Online-Shop existieren.

An der Verkaufsstelle können Sie die nachhaltigen und umweltfreundlichen Werte Ihres Unternehmens, Ihrer Produkte und Dienstleistungen vermitteln. Durch Informationen zu Ihrem Umweltengagement schaffen Sie Vertrauen und Transparenz.

Als Schnittstelle zwischen Kunden und Unternehmen kann jeder Gegenstand wichtiger Bestandteil werden, um Ihr Umweltengagement zu präsentieren: das Gebäude und die Fassade, die Produktverpackung, die Dekoration sowie Informationsmaterialien. Ebenso wichtig sind die Mitarbeiter: ob vor Ort, am Telefon oder über schriftliche Kommunikation – sie sind Informationsträger und stehen in direktem Kontakt mit den Kunden.

Was können Sie mit Umweltinformationen an der Verkaufsstelle erreichen?

Gut vermittelte Umweltthemen können die Kaufentscheidung einer immer besser informierten und damit auch kritischer werdenden Kundschaft positiv beeinflussen.

- Liefern Sie Informationen zum Umweltengagement Ihres Unternehmens, um das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen. Haben Sie Ihre Kunden überzeugt, sind diese auch eher bereit, einen höheren Preis zu zahlen und auf die umweltfreundliche Variante umzusteigen.
- Indem Sie Transparenz schaffen, also über die Herkunft Ihrer Produkte, die Produktionsbedingungen und die entsprechenden Umweltauswirkungen informieren, steigern Sie die Glaubwürdigkeit Ihres Unternehmens.
- Sowohl in Ihrer physischen wie auch digitalen Verkaufsstelle können Sie über Verkaufsunterlagen und Produktliteratur Sachinformationen liefern. Haben Sie erst einmal Ihre aktuellen Kunden überzeugt, empfehlen diese Ihre Produkte und Dienstleistungen möglicherweise weiter.
- Mitarbeiter sollten immer in der Lage sein, zu Umweltfragen und Produktionsprozessen kompetent Auskunft zu geben. Sie stehen täglich im Kontakt mit Ihren Kunden und sind damit entscheidend für Ihr Image, das nach außen getragen wird.





Welchen Nutzen haben Umweltzeichen und Bewertungen Dritter?

Angaben über Leistungen wie ökologische Herstellung eines Produktes oder Umweltmaßnahmen in einem Unternehmen sind für den Verbraucher schwer überprüfbar. Hier helfen Umweltzeichen und Testurteile von unabhängigen Dritten: Sie bieten Transparenz und Sicherheit und werden daher gezielt im Marketing eingesetzt. Je bekannter ein Logo ist und je glaubwürdiger die vergebende Institution, desto größer kann die Verkaufswirkung sein.

Achten Sie bei der Kennzeichnung von Produkten auf sämtliche rechtliche Aspekte. Ist die Anbringung eines Umweltzeichens freiwillig oder verpflichtend, nachdem

der Umweltaspekt zertifiziert wurde? An welchen Produkten dürfen Sie das Label anbringen und dürfen Sie es verändern? ISO-Norm-Zertifikate dürfen z. B. nicht ohne weiteres auf Produktverpackungen angebracht werden, da sie sich auf das Qualitätsmanagement im Unternehmen und nicht direkt auf das Produkt selbst beziehen. Um den Verbraucher und die Verbraucherin hier nicht irreführen, müssen Sie den Bezugspunkt des Zertifikats klarstellen, z. B. durch den Zusatz „Hergestellt in einem ISO-9001-zertifizierten Betrieb.“

Wie können Sie Verpackungen für Umweltinformationen nutzen?

Verpackungen können verführen und großen Einfluss auf die Entscheidungen Ihrer Kunden und Kundinnen haben. Und sie eignen sich gut für Botschaften zu Umweltthemen:

- Material und Form: Das Material kann bereits eine umweltfreundliche Botschaft vermitteln, indem Sie wenige und umweltfreundliche Materialien einsetzen oder die Verpackung selber einen Nutzwert hat.
- Produktkennzeichnung und Bewertungen: Neben verpflichtender Produktkennzeichnung können Sie freiwillige Kennzeichnungen, wie z. B. Umweltlabels und Gütesiegel oder Bewertungen Dritter, wie Testurteile, ergänzen. Sie geben dem Kunden und der Kundin eine wichtige Orientierung über umweltbezogene Eigenschaften und Leistungen rund um das Produkt.
- Hintergrundinformationen mit Mehrwert: Sie können in Kurzform über konkrete Umwelleistungen Ihres Unternehmens berichten oder Angaben zu Herkunft oder Produktionsweisen machen. Da auf Verpackungen meist wenig Platz ist, können Sie auf weitere Informationen verweisen, indem Sie Bar- oder QR-Codes, Internetadressen oder Kontaktdaten aufnehmen. Ebenso bieten Informationen zu Einsatzmöglichkeiten des Produkts wie Rezepte, Umwelttipps oder Entsorgung des Produkts einen Mehrwert.
- Spiel und Spaß: Verpackungen können auch mehr als nur Verpackungen sein: Bastelvorlagen, Postkarten, Rätsel und Gewinnspiele helfen nicht nur den Abfall zu reduzieren, sondern machen auch Spaß.

Reduzieren Sie Ihr Verpackungsmaterial und setzen Sie auf umweltfreundliche oder weiter verwendbare Materialien. Vergrößern Sie Ihre Verpackung nicht unnötig, um mehr Informationen unterzubringen.





Wie vermitteln Sie Ihre Umweltleistungen in Ihrer analogen Verkaufsstelle?

Nehmen Sie sichtbare Maßnahmen vor, die Ihr Umweltengagement für den Kunden greifbar machen. Folgende Punkte dienen als Anregung:

- Hängen Sie Umweltzertifikate, Mitgliedsurkunden und Auszeichnungen in der Verkaufsstelle aus (z. B. Umweltpakt Bayern, QuB, ÖKOPROFIT, EMAS).
- Legen Sie Informationsmaterialien bereit, die über die Umweltleistungen Ihres Unternehmens informieren (z. B. Prospekte, Nachhaltigkeitsberichte). Nutzen Sie leere Flächen für Umweltbotschaften (z. B. Visitenkarten, Tragetaschen, Rabattkarten, Aktionsmaterialien, Schaufenster etc.).
- Führen Sie Aktionen durch, bei denen bestimmte Umweltthemen im Mittelpunkt stehen (z. B. Tag des Wassers, Führungen durch Ihre Produktionsstätten).
- Stellen Sie sicher, dass alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt Auskunft über Ihr Umweltengagement geben können.



Beachten Sie die Nutzungsbedingungen der jeweiligen Umweltzeichen, Zertifikate oder Mitgliedsurkunden für den Einsatz als Marketinginstrument.

Wie vermitteln Sie Ihre Umweltleistungen in Ihrer digitalen Verkaufsstelle?

Machen Sie Ihre Umweltleistungen auch in Ihrem Online-Shop sichtbar:

- Informationen zu Ihrem Umweltengagement sollten auf allen oder von allen Unterseiten aus leicht zu finden sein (z. B. Menüpunkt Umwelt, Umweltzeichen, prägnante Aussagen).
- Neben den gängigen Suchkriterien Preis, Größe, Relevanz können Sie auch einen Suchfilter für Umweltkriterien einrichten (z. B. ökologische Materialien, regional produziert).
- Platzieren Sie Testurteile und Gütesiegel gut sichtbar und verlinken Sie zu den entsprechenden Internetseiten. Beachten Sie unbedingt die Nutzungsbedingungen für den Einsatz im Marketing.
- Liefern Sie Informationen zu den Produkten und Dienstleistungen (z. B. Herkunft der Rohstoffe, Tipps für einen umweltschonenden Gebrauch).
- Um die Glaubwürdigkeit und Transparenz Ihrer Umweltleistungen zu erhöhen, können Sie auch ein Bewertungssystem einsetzen.
- Bieten Sie Informationsmaterialien zum Download an, die über die Umweltleistungen Ihres Unternehmens informieren (z. B. Prospekte, Nachhaltigkeitsberichte).

Weitere Anregungen finden Sie in der Arbeitshilfe „Grüne Verkaufsstelle“





Was sollten Sie vermeiden?

- Täuschen Sie nicht unrechtmäßig umweltfreundliches Verhalten vor. Vertrauensverlust ist die Folge.
- Versäumen Sie nicht, Verkäufer und Mitarbeiter mit Kundenkontakt ausreichend zu Umweltaspekten in Kenntnis zu setzen.
- Verstoßen Sie nicht gegen rechtliche Anforderungen und Pflichten, z. B. bei der Kennzeichnung von Produkten oder Verwendung von Umweltzeichen. Nehmen Sie gegebenenfalls eine Rechtsberatung in Anspruch.



Die schlimmsten Verkaufsstellen-Sünden im Überblick

Gestalten Sie Ihre Verkaufsstelle umweltfreundlich: Verwenden Sie nachhaltige Materialien, reduzieren Sie Ressourceneinsatz, Abfall oder lange Transportwege. Arbeiten Sie mit Anbietern umweltfreundlicher Produkte und Dienstleistungen und bevorzugen Sie Partner aus Ihrer Region.



Praxisbeispiele

[Umweltgutachterausschuss \(UGA\): Praxisbeispiele für die Verwendung des EMAS-Logos - s. auch Downloads in der linken Spalte](#)



Mehr zum Thema

[BMUB/ BDI/ UBA: Umweltinformationen für Produkte und Dienstleistungen: Anforderungen – Instrumente – Beispiele](#)

[UBA: Umweltrelevante Produktinformationen in E-Commerce - Chancen im nachhaltigen Konsum](#)

[StMUV: Liste der wichtigsten Gütesiegel beim Einkauf](#)

[IZU: Übersicht zu Umweltlabeln](#)

[IZU: EMAS: Was muss bei der Verwendung des EMAS-Logos beachtet werden?](#)





Die Verkaufsstelle für die Präsentation des Umweltengagements nutzen

Daily Shine Dienstleistungsmanagement GmbH – Qualität mit Nachhaltigkeit und Umweltschutz

Online-Informationen zum Dienstleistungsangebot:

- Das Dienstleistungsangebot wird in Kernaussagen und Hintergrundinformationen eindeutig in Verbindung mit dem Umweltengagement positioniert, sowohl auf der Startseite auch auf Unterseiten der Internetpräsenz.
- Informationen zum Umweltengagement sind schnell auffindbar und u. a. durch Abbildungen von Zertifikaten transparent dargestellt.

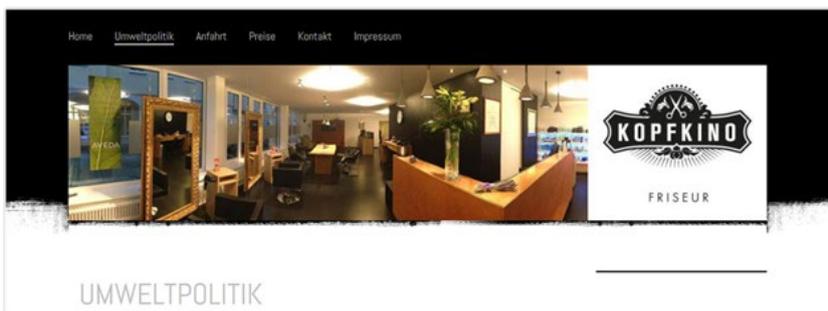


Startseite der Internetseite der DailyShine Gebäudereinigung – Qualität mit Nachhaltigkeit und Umweltschutz mit Informationen zum Umweltengagement. Quelle: [Internetseite DailyShine Gebäudereinigung](#) (Stand Juni 2015)

Friseur Kopfkino

Online-Informationen zum Dienstleistungsangebot:

- Unter einem eigenen Menüpunkt „Umweltpolitik“ informiert der Betrieb über ökologische Leitlinien, Umweltrelevanz des Unternehmens und angestrebte Verbesserungen.
- Auf der Startseite wird bereits in den einleitenden Worten Bezug auf einen verantwortungsbewussten Umgang mit der Umwelt genommen.



Rubrik „Umweltpolitik“ auf der Internetseite des Friseurs Kopfkino. Quelle: [Internetseite Friseur Kopfkino](#) (Stand Juni 2015)



Pinguin Textilpflege Servicegesellschaft mbH – die umweltfreundliche Textilreinigung

Filialen sowie Online-Informationen zum Dienstleistungsangebot:

- Klar ersichtliche Information zum Umweltengagement in den Filialen und auf der Internetseite durch eindeutige Begriffe, Kurzinformationen und Einsatz des Umweltzeichens „Der Blaue Engel“, das dem Unternehmen verliehen wurde.
- Auf der Internetseite sind Gütesiegel und Zertifikate auf jeder Haupt- und Unterseite sichtbar.



Eine Filiale der Pinguin Textilpflege, u. a. mit sichtbar angebrachtem Umweltzeichen „Der Blaue Engel“. Quelle: [Internetseite Pinguin Textilpflege](#) (Stand Juni 2015)

Umwelt
Reinigungsverfahren
Umweltmethode

Umwelt
Umweltchonende Reinigung ist der Kernkern der Pinguin Textilpflege. Wir nutzen die Wahl unserer Reinigungsmittel und -verfahren immer an der Frage aus, ob wir die gleiche Reinigungswirkung auch mit einem umweltträglichen Mittel erreichen können. Dadurch haben wir mittlerweile eines der umweltverträglichsten Reinigungskonzepte Europas.

Fließfänger
Das Umweltbewusstsein der Verbraucher steigt seit Jahren kontinuierlich an. Dies erkennt man daran, dass gute Energieeffizienzwerten beim Waschmaschinenkauf und die Umwidmung von Waschmitteln zu dem besten Verkaufsfaktor geworden sind. Diesem Trend haben wir uns als professionelle Textilreinigung angeschlossen und die Industriellen Hersteller dabei sogar noch übertrifft. Ein klarer Vergleich zeigt, dass unsere professionelle Textilreinigung umweltschonender ist, als die Wäsche mit der heimischen Waschmaschine.

So verbraucht eine handelsübliche Waschmaschine pro Kilogramm Wäsche eine Kilowattstunde Strom und 30 Liter Wasser. Am Ende gehen 33g Waschmittel und Weichspüler mit dem Abwasser aus dem Haus.

In der professionellen Textilreinigung werden aufgrund der effizienteren Geräte nur 0,9 Kilowattstunden pro Kilogramm Wäsche verbraucht. Der Wasserbedarf sinkt sogar um 89 Prozent auf 0,8 Liter und der Abfall durch Waschmittel reduziert sich dank moderner

Umwelt
Umweltzeichen ist ein nationales Zeichen, das nur für Produkte vergeben wird, die an Umweltverträglichkeit den Anforderungen entsprechen.

Dauer Engel
Umweltzeichen ist ein nationales Zeichen, das nur für Produkte vergeben wird, die an Umweltverträglichkeit den Anforderungen entsprechen.

Rubrik „Umwelt“ auf der Internetseite der Pinguin Textilpflege. Quelle: [Internetseite Pinguin Textilpflege](#) (Stand Juni 2015)



Mit Werbeartikeln Informationen und Botschaften rund um Umweltthemen vermitteln

- Die Beispielunternehmen setzen verschiedene Formen von Werbeartikeln als Träger von Umweltbotschaften oder Informationen zum Umweltsengagement des Unternehmens ein.
- Die Werbeartikel werden kostenlos zum Mitnehmen oder auch zum Verkauf angeboten. So werden Kunden, Geschäftspartner oder andere Zielgruppen zu Werbeträgern und Multiplikatoren des Umweltsengagements.
- Beliebt sind Werbeartikel, die einen Nutzen im Alltag oder Unterhaltungswert haben, wie z. B. die Postkarte der GLS-Bank, Baumwolltragetaschen oder gar Spiele.
- Stets wiederkehrende Symbole oder Maskottchen für das Umweltsengagement, wie bsp. der Frosch der Marke Frosch des Unternehmens Werner & Mertz, haben, einmal etabliert, einen hohen Wiedererkennungswert und werden von den Zielgruppen direkt mit dem Umweltsengagement des jeweiligen Unternehmens verbunden. Sie werden daher in der Regel auch für Werbeartikel eingesetzt.

Beispiele

Die Postkarte mit Werbebotschaft.

Postkarte der GLS-Bank

(Quelle: [Internetseite der GLS-Bank](#), Stand Juni 2015)



Der Frosch, Markenzeichen der Marke Frosch, als Umweltbotschafter – Kampagnen-Motiv aus 2015.

Quelle: Werner & Mertz, Marke Frosch

www.frosch.de



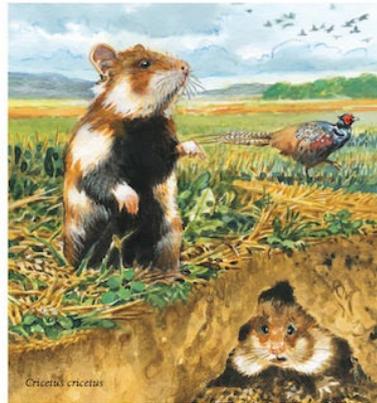


Werbeartikel mit Unterhaltungswert: Das Quartett „Lebensraum Wiese und Feld“

Quelle: [Internetseite der Hopfisterei](#)
(Stand Juni 2015)

Quartett

Lebensraum Wiese und Feld



Gemalt und zusammengestellt
von Rita Mühlbauer





Gütesiegel und Umweltzeichen für Produkte und Dienstleistungen als Orientierungshilfen

Die Beispielunternehmen positionieren Gütesiegel und Umweltzeichen direkt an bzw. bei den Produkten und Dienstleistungen, z. B. in der Filiale (insb. bei Dienstleistungen), im Online-Shop, aber auch in Image-Filmen oder Anzeigen in Printmedien. Weitere Möglichkeiten, Umweltzeichen und Gütesiegel zu platzieren, bestehen z. B. in Produktinformationen wie Faltblättern sowie auf Verpackungen.

Beispiele:

mymuesli – Individuelle Biomüslis: Das deutsche staatliche Bio-Siegel im Werbefilm „mymuesli in 90 Sekunden“ Quelle: [Internetseite mymuesli](#) (Stand Juni 2015)





Pinguin Textilpflege – die umweltfreundliche Textilreinigung: Der Blaue Engel – Umweltzeichen für besonders umweltschonende Produkte und Dienstleistungen auf der Internetseite des Dienstleistungsunternehmens. Quelle: [Internetseite Pinguin Textilpflege](#) (Stand 2015)

The screenshot shows the website's 'Umwelt' (Environment) section. At the top, it features the Pinguin logo and a headline: 'Ihre Textilreinigung – gründlich, schonend und umweltfreundlich.' Below this is a navigation menu with links like 'UNTERNEHMEN', 'HOMESERVICE', 'FILIALEN', 'UMWELT', 'GESCHÄFTSKUNDEN', 'LEISTUNGEN', 'PREISE', 'TIPPS UND TRICKS', 'JOBS', and 'KONTAKT'. A central banner reads 'Professionelle Textilpflege mit Liebe zum Detail.' and describes their modern equipment and attention to detail. The 'Umwelt' section includes a 'Reinigungsverfahren' (Cleaning process) and 'Umweltinitiative' (Environmental initiative) subsection. A 'Filialfinder' (Branch finder) map shows locations in Berlin-Mitte, Berlin-Charlottenburg, and Berlin-Treptow. Text explains their commitment to eco-friendly cleaning, mentioning the Blue Angel (Blauer Engel) certification and energy efficiency. A sidebar on the right contains logos for SPIT, the European Union, and other environmental organizations.

Pinguin Textilpflege – die umweltfreundliche Textilreinigung: Der Blaue Engel – Umweltzeichen für besonders umweltschonende Produkte und Dienstleistungen in den Filialen. Quelle: [Internetseite Pinguin Textilpflege](#) (Stand 2015)





Verschiedene Umweltzeichen auf der Internetseite der Druckerei Lokay.

Quelle: [Internetseite der Druckerei Lokay](#) (Stand Juni 2015)

Impressum | Suche | Sitemap

lokey
natürlich nachhaltig

Startseite | Druckerei Lokay | Ressourcenschonend drucken | Online-Shop | Kontakt

Willkommen

Mit Herz und Überzeugung. Zu einhundert Prozent.
Alles was wir tun, tun wir mit Herz und Überzeugung – und deshalb zu hundert Prozent:
100% umweltfreundlich
100% klimaneutral
100% Service
100% Qualität und
100% termintreu.

- Umweltfreundliche Printprodukte kosten bei uns nicht mehr als konventionelle. Den höheren Papierpreis tragen wir – aus umweltbewusster Überzeugung.
- Wir sind klimaneutral in Produktion und Logistik. Wir arbeiten ausschließlich mit Ökostrom. Mit dem Lokay-Klimarad stellen wir als erstes Unternehmen kostenfrei unseren Mitarbeitern ein Leasing-Fahrrad zur Verfügung.
- Mit der Zertifizierung nach DIN ISO 12647-2 (PSO Prozessstandard Offsetdruck) sorgen wir nicht nur für exzellente Druckergebnisse, wir reduzieren Makulatur und sparen so viele Tonnen Papier.

Unser Online-Printshop
Erstellen Sie hochwertige, ansprechende Druck-Erzeugnisse in unserem Online- Printshop. Wählen Sie dazu aus einer Reihe von Kategorien Ihren Produkttyp und die gewünschte Ausprägung.

Hinweis:
Um eine Bestellung in unserem Shop zu veranlassen, benötigen Sie eine druckfähige PDF- Datei. Während des Bestellvorgangs (im Warenkorb) erhalten Sie Gelegenheit, Ihre PDF- Druckdatei(en) hochzuladen. Weitere Einzelheiten zur Erstellung der Druckdaten entnehmen Sie bitte dem jeweiligen Produkt-Datenblatt, welches zu jedem Produkttyp im Shop hinterlegt ist.

LATEST NEWS
20. März 2015
Lokay Open House Der neue Film und die Bildergalerie zum Fest sind jetzt für Sie online! Hier geht's zur Galerie [\[mehr\]](#)

SERVICES
Papierkollektion anfordern [+](#)
Leitfaden "Ausflug ins Grüne" bestellen [+](#)

lokey
Hier geht es zum **Online-Printshop**

demeter-Siegel in der Werbeanzeige für das Märkische Landbrot.

Quelle: [Internetseite Märkisches Landbrot](#) (Stand Juni 2015)

fair & regional
Produktion

REGIONAL UND ÖKOLOGISCH

MÄRKISCHES LANDBROT
BROTBACKEREI **demeter**
www.landbrot.de

Jochim Weckmann von MÄRKISCHES LANDBROT
besteht die Getreidefelder vom Ökodorf Brodwin im Mai 2013.



Zertifikate und Urkunden für Transparenz und Glaubwürdigkeit rund um das betriebliche Umweltengagement

Zertifikate, Bescheinigungen und Urkunden, wie z. B. die Teilnahmeurkunde zum Umweltpakt Bayern des Frisuren Ateliers Troebelsberger oder das Naturland Betriebszertifikat der Hopffisterei, werden auf der unternehmenseigenen Internetseite veröffentlicht. Viele Unternehmen hängen

solche Dokumente auch in Geschäfts- und Verkaufsräumen aus. Damit wird das betriebliche Umweltengagement auch für die Kunden, Geschäftspartner und weitere relevante Zielgruppen transparent. Das unterstützt die Glaubwürdigkeit der Unternehmen und ihrer Umweltleistungen.

Beispiele

Frisuren Atelier Troebelsberger: Urkunde für die Teilnahme am Umweltpakt Bayern und Darstellung der Maßnahmen. Quelle: Internetseite [Frisuren Atelier Troebelsberger](#) (Stand Juni 2015)

The screenshot shows the website for 'Frisuren Atelier Troebelsberger'. The header includes the company name and a navigation menu with items like Home, Lifestyle, Beauty Card, Fotoshooting, 80 Jahre Frisuren Atelier, Team, and Kultreise. The main content area features a section titled 'Ihr Frisuren Atelier und der Umweltschutz' with text about the company's participation in the 'Umweltpakt Bayern' and a small image of the certificate. Below this, there is a paragraph explaining the 'Umweltpakt Bayern' as a voluntary agreement between the state and the business sector. To the right, there are two portrait photos of people, one of a woman and one of a man, with the text 'Öffnungszeiten' below them.



Naturland Betriebs-Zertifikat für Brot- und Backwaren 2014/2015 und das Öko-Zertifikat des IMO Institut für Marktökologie GmbH 2014. Quelle: [Internetseite der Hopfisterei](#) (Stand: Juni 2015)

<p>IMO GmbH Postfach 100 934 D-78409 Konstanz Fon +49 (0) 7531 8 13 01-0 Fax +49 (0) 7531 8 13 01-29 imod@imo.ch www.imo.ch</p>  <p>control IMO INSTITUT FÜR MARKTÖKOLOGIE</p>	
<h1>BESCHEINIGUNG</h1>	
<p>Dem Unternehmer auszustellende Bescheinigung gemäß Artikel 29 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 834/2007</p>	
<p>1. Nummer der Bescheinigung: 111903 / 0</p>	
<p>2. Name und Anschrift des Unternehmers: Ludwig Stocker Hopfisterei GmbH Kreittmayrstr. 5 80335 München DE-BY-005-00001-BD Haupttätigkeit: Verarbeitung</p>	<p>3. Name, Anschrift und Codenummer der Kontrollstelle/Kontrollbehörde: IMO Institut für Marktökologie GmbH Max-Stromeyer-Str. 57 D-78467 Konstanz DE-ÖKO-005</p>
<p>4. Erzeugnisgruppen/Tätigkeit: Verarbeitete Erzeugnisse</p>	<p>5. definiert als: siehe Betriebsstatusbericht</p>
<p>6. Gültigkeitsdauer: Verarbeitete Erzeugnisse von 24.11.2014 bis 31.01.2016</p>	<p>7. Datum der Kontrolle(n): 16.07.2014 23.07.2014 09.10.2014 14.10.2014 16.10.2014 03.11.2014 18.11.2014 19.11.2014</p>
<p>8. Diese Bescheinigung wurde auf Basis von Artikel 29 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 834/2007 und der Verordnung (EG) Nr. 889/2008 ausgestellt. Der angegebene Unternehmer hat seine Tätigkeit der Kontrolle unterstellt und erfüllt die Anforderungen der beiden vorgenannten Verordnungen.</p> <p>Datum, Ort: 24.11.2014, Konstanz</p> <p><i>i.v. B. Aleser</i> Dr. Bernhard Sessler / Kontrollstellenleiter</p> 	



Zertifikat 2014 / 2015



Unternehmensverbund Hopffisterei
Ludwig Stocker Hopffisterei GmbH mit Öko-Metzgerei Landfrau
Stocker's Backstube GmbH, Lauf
Meyermühle AG, Landshut

Kreittmayrstr. 5
 80335 München
 Betriebsnummer: 1000087

Naturland Faire Partnerschaft

Durch die Unterzeichnung der Zusatzvereinbarung zum Unterlizenzvertrag mit der Naturland Zeichen GmbH verpflichtet sich Ludwig Stocker Hopffisterei GmbH das gesamte Unternehmen nach den aktuell gültigen Naturland Fair Richtlinien zu führen, die Naturland Richtlinien und alle damit verbundenen Zertifizierungsverfahren zu respektieren und dies jährlich mindestens einmal kontrollieren zu lassen. Naturland Fair Grundsätze sind Zertifizierungsgrundsätze, denen sich ein Unternehmen auf freiwilliger Basis verpflichtet und die die besondere Verantwortung des Unternehmens unterstreichen.

Es ist zu beachten, dass dieses Zertifikat nur in Verbindung mit einer Naturland Öko-Zertifizierung des Unternehmens Gültigkeit besitzt.

Nach der Bewertung aller erforderlichen Zertifizierungsdokumente bestätigt die Naturland Anerkennungskommission, dass Ludwig Stocker Hopffisterei GmbH gemäß den im Folgenden aufgelisteten Naturland Fair Grundsätzen arbeitet:

1. Soziale Verantwortung
2. Verlässliche Handelsbeziehungen
3. Fair Erzeugerpreise
4. Regionaler Rohstoffbezug
5. Gemeinsame Qualitätssicherung
6. Gesellschaftliches Engagement
7. Unternehmensstrategie und Transparenz

Naturland e.V. ist akkreditiert gemäß der europäischen Norm EN 45011/ISO 65.

Zertifikatsnr.: Fair-10164
 Datum: 10.04.2015
 Gültigkeitsdauer: bis zur Ausstellung eines neuen Zertifikates oder Widerruf, längstens jedoch bis 30.04.2016



Fabian Falkenhagen für die Anerkennungskommission Erzeugung International
Naturland - Verband für ökologischen Landbau e.V.
 Kleinhaderer Weg 1
 82166 Grafelfing, Deutschland
 Tel.: +49 (0)89998082 16
 Fax: +49 (0)899980829 16
 f.falkenhagen@naturland.de
 www.naturland.de

* Dies ist ein Betriebszertifikat, das keine Aussagen zum Zertifizierungsstatus einer spezifischen Charge oder Produktion erlaubt. Es darf daher nicht als Handels- oder produktbegleitendes Zertifikat eingesetzt werden. Sollten Sie ein separates Handels- oder produktbegleitendes Zertifikat benötigen, stellt Ihnen Naturland dieses gerne aus.
 Dieses Zertifikat ist innerhalb des Geltungsbereiches der ISO/IEC Guide 65 Akkreditierung durch das IOAS ausgestellt.
 Registrierungsnummer: 20.



Unternehmenspublikationen rund um Umweltthemen und das Engagement im Unternehmen

- Die Beispielunternehmen zeigen, dass sich das Umweltengagement in ganz unterschiedlichen Publikationsformen darstellen lässt – z. B. mit einem Umweltflyer bei Kemper System oder einer Firmenzeitschrift bei Salus.
- Je nach Ausrichtung vermitteln die Beispielpublikationen unmittelbare Informationen zum Umweltengagement im Unternehmen, produkt- oder themenbezogene Informationen. Insbesondere bei den produkt- oder themenbezogenen Publikationen werden bestimmte Umweltaspekte in den Mittelpunkt gestellt, z. B. die Unterschiede zwischen den Naturland Richtlinien und der EG-Öko-Verordnung, publiziert von der Hopffisterei oder die Umwelteigenschaften eines Produktes im Produktflyer von LBI Industriekomponenten.
- Die themenbezogenen Publikationen bieten dem Nutzer einen Mehrwert, indem konkretes Handlungswissen des Unternehmens bereitgestellt wird, z. B. mit dem Leitfaden für umweltfreundliches Gestalten und Produzieren der Druckerei Lokay.
- Besondere Anlässe wie Jubiläen im Zusammenhang mit dem betrieblichen Umweltengagement werden für die Veröffentlichung von Sonderpublikationen genutzt, z. B. das Hopffisterbuch anlässlich des 20-jährigen Jubiläums der ökologischen Herstellung.

Beispiele



KEMPER SYSTEM: Umweltflyer zum betrieblichen Umweltengagement.

Quelle: [Internetseite Kemper System](#)
(Stand Juni 2015)



SALUS: Die Firmenzeitschrift „SALUS Blatt“ Quelle: IZU-Praxisbeispiel
[SALUS: Nachhaltigkeit aus Tradition](#) (Stand Juni 2015)



Die Hofpfisterei: Kundeninformation „Die Hofpfisterei und ihr Partner Naturland. Die wesentlichen Unterschiede zwischen den Naturland Richtlinien und der EG-Öko-Verordnung auf einen Blick!“ Quelle: [Internetseite der Hofpfisterei](#) (Stand Juni 2015)





Die Hopfsterei: Das Hopfsterbuch zum 20-jährigen Jubiläum der ökologischen Herstellung.

Quelle: [Internetseite der Hopfsterei](#)
(Stand Juni 2015)



Druckerei Lokay: „Ausflug ins Grüne“ – Der Leitfaden für umweltfreundliches Gestalten und Produzieren.

Quelle: [Internetseite Druckerei Lokay](#)
(Stand Juni 2015)



LBI Industriekomponenten: Produktflyer für umweltfreundlichen Fahrradketten-Schmierstoff. Quelle: [Internetseite LBI Industriekomponenten](#)
(Stand Juni 2015)



Die „grüne“ Verkaufsstelle

Welche Möglichkeiten gibt es, um Umweltleistungen in Ihren Verkaufs- und Geschäftsräumen sowie Ihrem E-Shop sichtbar zu machen? Die folgende Zusammenstellung bietet Ihnen erste Ansätze und Anregungen für eigene Ideen zur Gestaltung Ihrer grünen Verkaufsstelle.

Machen Sie Ihr Umweltengagement in der Verkaufsstelle sichtbar

- Sie beziehen Ökostrom? Ihr Umweltmanagement ist zertifiziert? Dann hängen Sie entsprechende Zertifikate im Verkaufsraum aus.
- Wenn Sie Mitglied in einem Netzwerk im Umweltbereich sind, machen Sie es publik. Präsentieren Sie z. B. Ihre Mitgliedsurkunde des Umweltpakts Bayern in Ihrer Geschäftsstelle.
- Wenn Sie energie- oder wassersparende Geräte verwenden, machen Sie Ihre Kunden darauf aufmerksam. Bringen Sie eine einheitliche Information, etwa „energiesparend“, an die Geräte an bzw. legen Sie Informationen dazu bereit.
- Machen Sie Ihre Einsparungen, z. B. beim Strom- oder Wasserverbrauch, anhand von Vergleichswerten sichtbar. Erzeugen Sie eigenen Strom über eine Photovoltaik-Anlage? Mit Displays können Sie Leistungsdaten, z. B. Stromertrag, Eigenverbrauch und CO₂-Einsparung darstellen.
- Richten Sie einen „grünen Bereich“ ein, in dem Sie Ihre Umweltleistungen und -ziele gesammelt präsentieren. Das funktioniert auch im E-Shop. Nutzen Sie Umweltzeichen, um Ihre umweltfreundlichen Produkte zu kennzeichnen.
- Weisen Sie genauso im E-Shop auf Ihr Umweltengagement hin. Positionieren Sie Ihre Umweltsiegel oder Logos von Umweltnetzwerken, in denen Sie Mitglied sind, sichtbar auf der Website.
- Machen Sie Ihr Engagement auch über die Gestaltung der Verkaufsstelle glaubwürdig. Die Einrichtung und Gestaltung Ihres Verkaufsraums sollte dem Umweltgedanken nicht entgegenstehen:
 - Nutzen Sie energiesparende Geräte oder bringen Sie Informationstafeln an, deren Beschriftung Sie leicht ändern können. Auch Aufsteller aus Pappe sind gerade für kurzfristige Aktionen eine umweltfreundlichere Alternative.
 - Verwenden Sie z. B. eher Möbel oder Informationsstände aus nachhaltig zertifiziertem Holz oder recyceltem Plastik.
 - Betreiben Sie Ihre Internetseite oder Ihren Online-Shop über einen grünen Server.



Machen Sie Ihre Mitarbeiter zu grünen Botschaftern

- Informieren Sie Ihre Mitarbeiter regelmäßig über Ihr Umweltengagement und Ihre Umweltleistungen, damit sie kompetent auf Kundenanfragen reagieren können.
- Schulen Sie sie auch dahingehend, dass sie aktiv auf Ihr Umweltengagement hinweisen, z. B. durch Sätze wie: „Wissen Sie schon, dass unser Unternehmen eine neue, wassersparende Produktionsmethode entwickelt hat?“
- Oder: „Zu diesem Produkt haben wir auch noch eine umweltfreundlichere Variante.“
- Auch die Kleidung und das Auftreten der Mitarbeiter haben eine starke Kommunikationsfunktion. Ihre Logos, Slogans oder das Umweltleitbild lassen sich hervorragend auf T-Shirts drucken und der einheitliche Look wird dem Kunden in Erinnerung bleiben.

Grüner Service für die Kunden

- Ermöglichen Sie Ihren Kunden Sondermüll, wie Elektrogeräte, Batterien oder chemische Abfälle, bei Ihnen abzugeben, den Sie dann fach- und umweltgerecht entsorgen, weiter- oder wiederverwerten. Beachten Sie hier, welche gesetzlichen Verpflichtungen Sie bereits aufgrund des Verkaufs von z. B. Elektrogeräten haben.
- Online erworbene Produkte und Dienstleistungen können Sie klimaneutral über einen grünen Versanddienst liefern.
- Versuchen Sie, so wenig Verpackungs- und Transportmaterial wie möglich entstehen zu lassen. Was sich nicht vermeiden lässt, können Sie wiederverwendbar gestalten. So könnten Sie den Kunden, die Gefäße wieder befüllen lassen, einen Rabatt gewähren. Oder Sie nehmen Pfand für Verpackungen oder Behälter, die Sie wieder nutzen können.

Was die Kunden mitnehmen

- Geben Sie Ihren Kunden Informationsmaterial über Umweltengagement in die Hand. Legen Sie z. B. ein Prospekt über Ihre umweltfreundlichen Produktionsmethoden oder einen Flyer über die Mitgliedschaft im Umweltpakt Bayern aus.
- Warum nicht zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen? Nutzen Sie das, was Sie Ihren Kunden ohnehin mitgeben, als Informationsfläche. So können Sie Stempel- oder Rabattkarten, Verpackungen (z. B. Papiertüten oder Kartons) oder Tragetaschen mit Ihrem Logo, Slogan und kurzen Informationen zu Ihren Umweltleistungen gestalten. Durch die Stadt getragen sind Verpackungen und Taschen zugleich Werbeträger.
- Lassen Sie Ihre Kunden zu Multiplikatoren werden: Kostenlose Postkarten mit kreativen Motiven sind beliebt. Auch darauf können Sie kurz Ihr Umweltengagement kommunizieren – über Bilder, Motive und Text. Wenn die Karte dann verschickt wird, erfährt auch gleich der Empfänger von Ihnen.



Tipp: Setzen Sie auf umweltfreundliche Materialien (z. B. Stoffbeutel oder Bioplastik, Recyclingpapier, ökologische Druckfarben) und kennzeichnen Sie diese auch als umweltfreundlich (z. B. „Stoffbeutel aus 100% Bio-Leinen“).



Ein Projekt im Rahmen des Umweltpakt Bayern mit dem Bayerischen Industrie- und Handelskammertag und dem Bayerischen Handwerkstag.



Industrie- und Handelskammern
in Bayern



**BAYERISCHER
HANDWERKSTAG**

www.umweltpakt.bayern.de

Herausgeber: Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Verbraucherschutz
Rosenkavalierplatz 2, 81925 München (StMUV)

Internet: www.stmuv.bayern.de

E-Mail: poststelle@stmuv.bayern.de

Gestaltung: alma grafica UG, Ansbach, Nicole Sillner

Stand: August 2015



© StMUV, alle Rechte vorbehalten

Diese Publikation wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung.

Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Publikation nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Den Parteien ist es gestattet, die Publikation zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden. Bei publizistischer Verwertung – auch von Teilen – wird die Angabe der Quelle und Übersendung eines Belegexemplars erbeten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Die Publikation wird kostenlos abgegeben, jede entgeltliche Weitergabe ist untersagt. Der Inhalt wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden.

Für die Inhalte fremder Internetangebote sind wir nicht verantwortlich.

BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung.

Unter Tel. 089 122220 oder per E-Mail unter direkt@bayern.de erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.

