

### **Klimaschutz im Baumarkt**

BHB: Verantwortung übernehmen

Köln, April 2007: **Die ersten Anzeichen des Klimawandels sind bereits spürbar und machen ihn zu einem dringenden Anliegen für Politik und Wirtschaft. Es ist Zeit zu handeln, meint der Bundesverband Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte e.V. (BHB) und stellt den nächsten Internationalen Baumarktkongress unter das Motto „Klimawandel – Verantwortung zeigen und Chancen des Marktes erkennen“.**

Klimatologen sehen in der gestiegenen Konzentration der vom Menschen freigesetzten Treibhausgase die wichtigste Ursache der globalen Erwärmung. Besonders die CO<sub>2</sub>-Konzentration ist durch die Verbrennung fossiler Rohstoffe wie Steinkohle und Erdöl und eine großflächige Entwaldung auf einen Höchstwert gestiegen. Die Folgen für die Umwelt, die Gesundheit der Menschen, aber auch für die Wirtschaft sind beträchtlich und erfordern zeitnahe, wirkungsvolle Maßnahmen, um den Klimawandel in den nächsten Jahren aufhalten zu können. Das gilt auch für die Unternehmen der Baumarktbranche.

### **Maßnahmen am Standort**

Für den Handel beginnt dies bei der Planung eines neuen Standorts nach aktuellen baulichen Umweltstandards bzw. bei der Modernisierung unter energetischen Gesichtspunkten. Auch mit der Umsetzung Energie sparender Konzepte für Heizung und Beleuchtung oder mit dem Einsatz erneuerbarer Energien können die Unternehmen Verantwortung zeigen. Gleichzeitig ergibt sich ein überzeugender wirtschaftlicher Aspekt, denn es hilft den Betreibern, Betriebskosten zu sparen. Empfehlenswert sind außerdem Strategien zur Abfallvermeidung. Das Thema gewinnt an besonderer Aktualität, da es in absehbarer Zeit zur gesetzlichen Verpflichtung werden könnte: Nach Informationen der EU beträgt die Gesamtmenge des Abfalls in der EU 1,3 Milliarden Tonnen jährlich. In seinem Bericht zur Abfall-Richtlinie fordert daher der EU-Umweltausschuss, das Abfallaufkommen bis 2012 zu stabilisieren und bis 2020 zu senken. Gleichzeitig soll die Herstellerverantwortung durch Rücknahmeverpflichtungen gestärkt werden, was wiederum auch den Handel betrifft.

Abdruck frei,  
Beleg erbeten

**Pressekontakt**  
BHB e.V.  
Stefan Michell  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
An der Rechtschule 1-3  
50667 Köln  
Tel.: 0221/ 277 595- 14  
Fax: 0221/ 277 595- 79  
Email:  
stefan.michell@bhb.org  
Internet: www.bhb.org

### Warenströme optimieren

Klimaschädliche Emissionen entstehen jedoch nicht nur durch den Betrieb veralteter Heizungsanlagen, auch das Verkehrsaufkommen ist maßgeblich am CO<sub>2</sub>-Ausstoß beteiligt. Da es für die Versorgung der meisten Baumärkte aufgrund ihrer Lage wenig Alternativen gibt, sind möglichst wenig Umwelt belastende Transportlösungen gefragt. Dazu zählt eine entsprechende Ausstattung des Fuhrparks sowie die Organisation der Warenströme. Für die DIY- und Gartenbranche existiert bereits ein spezielles Lieferantenlogistik-Konzept, das aus betriebswirtschaftlichen Gründen initiiert wurde, jedoch vor dem Hintergrund der aktuellen Klimaschutzdebatte weiteres Potenzial bietet. Denn die Logistikkooperation ermöglicht eine kosten- wie zeiteffiziente Organisation der Warenströme durch gebündelte Lieferungen bzw. Abnahmen. Die verringerten Rampenkontakte reduzieren ihrerseits das Verkehrsaufkommen auf der Straße und somit die Belastung für die Umwelt.

### Neue Standards für Supply Chain und Lieferanten

Bis ein Produkt im Baumarkt landet, durchläuft es verschiedene Besitzverhältnisse und Produktionsabläufe. Ein Händler, der seinen Kunden umweltschonende und gesundheitlich unbedenklich Waren anbieten möchte, muss auf seine Lieferanten vertrauen können. Gerade Unternehmen mit komplexen Beschaffungsstrukturen stellt dies jedoch vor eine große Herausforderung. Die gesamte Wertschöpfungskette steht auf dem Prüfstand. Viele Lieferanten stellen sich heute bereits freiwillig Qualitäts- und Umweltzertifizierungsverfahren und erweisen sich als verlässlicher Partner für den Handel. Die beteiligten Unternehmen und ihre Abnehmer wissen genau, woher Rohstoffe und Materialien stammen, unter welchen Bedingungen sie von wem und wie verarbeitet werden. Denkbar wäre ein einheitliches, international anwendbares Auditierungsverfahren für Lieferanten, wie es bereits im Lebensmittelhandel existiert. Es könnte sortimentübergreifend für die nötige Transparenz sorgen und mehr Sicherheit für alle Marktteilnehmer bieten.

### Verantwortungsvolle Sortimentspolitik

Mit zertifizierten Waren und Dienstleistungen können Baumärkte ihre Kunden aktiv im privaten Klimaschutz unterstützen. Flankiert von kontinuierlicher Aufklärungsarbeit - beispielsweise über Technologien zur Nutzung erneuerbarer Energien - und Informationen über Energiesparmaßnahmen kann es gelingen, möglichst viele nachhaltige, energieeffiziente und recyclefähige Produkte in das Sortiment zu integrieren. Grundsätzlich hat der

Abdruck frei,  
Beleg erbeten

#### Pressekontakt

BHB e.V.  
Stefan Michell  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
An der Rechtschule 1-3  
50667 Köln  
Tel.: 0221/ 277 595- 14  
Fax: 0221/ 277 595- 79  
Email:  
stefan.michell@bhb.org  
Internet: www.bhb.org

Handel die Möglichkeit, in aktiver Partnerschaft mit Herstellern dafür zu sorgen, dass mehr Waren mit einer guten Umweltbilanz auf den Markt kommen. Entscheidend für die Umweltbilanz eines Produktes sind nicht nur eine lange Lebensdauer oder der sparsame Verbrauch, sondern auch die Höhe der Energieaufwendung und Umweltauswirkungen im gesamten Lebenszyklus – von der Produktion über seinen Verkauf bis hin zur Entsorgung.

### **Nachhaltigen Konsum fördern**

Natürliche Ressourcen stehen nicht unbegrenzt zur Verfügung, das sollten die Baumärkte ihren Kunden vermitteln. Ziel muss es sein, ein Umdenken bei den Menschen zu erreichen – weg von der Wegwerfgesellschaft hin zu einem nachhaltigen Konsum. Das fängt an bei der Energiesparlampe oder dem FSC-zertifizierten Gartenstuhl und endet beim Qualitätswerkzeug. Bislang hat sich bei vielen Menschen noch nicht durchsetzen können, dass ein hochwertiges Werkzeug vielleicht etwas teurer in der Anschaffung, aber durch seine Langlebigkeit letztendlich wirtschaftlich und ökologisch viel sinnvoller ist. Hier besteht weiterhin Aufklärungsbedarf, den der Handel aktiv in Informationsbroschüren, Kampagnen und in der persönlichen Beratung aufgreifen sollte.

### **Zeichen für Klimaschutz setzen**

Die Bereitschaft der Verbraucher, mit ihrem Konsumverhalten etwas gegen den Klimawandel zu tun, ist laut einer aktuellen Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung vorhanden. Allerdings nimmt sie deutlich ab, wenn es um größere Anschaffungen geht. Wo der Appell an das ökologische Gewissen oder gesetzliche Vorgaben an ihre Grenzen stoßen, kann der Baumarkthandel ansetzen. Der BHB begreift dies auch als Chance für die Branche und bietet allen am Markt Beteiligten mit dem nächsten Internationalen Baumarktkongress unter dem Motto „Klimawandel – Verantwortung zeigen und Chancen des Marktes erkennen“ eine Dialogplattform, im Rahmen derer sich die DIY-Branche als verantwortungs- und umweltbewusster Wirtschaftszweig präsentieren kann.

(Zeilen 130 / Zeichen 6.517 inkl. Leerzeichen)

Abdruck frei,  
Beleg erbeten

**Pressekontakt**  
BHB e.V.  
Stefan Michell  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
An der Rechtschule 1-3  
50667 Köln  
Tel.: 0221/ 277 595- 14  
Fax: 0221/ 277 595- 79  
Email:  
stefan.michell@bhb.org  
Internet: www.bhb.org