

## **Nachhaltigkeit im Handel: Ein Barcamp für kreative Lösungsansätze in Fulda**

Im Wirgarten Fulda diskutierten Händler und Produzenten beim Barcamp über nachhaltige Sortimentgestaltung und Konzepte.

Im Fuldaer „Wirgarten“ fand kürzlich ein inspirierendes Barcamp statt, das sich mit dem wichtigen Thema der Nachhaltigkeit im Sortiment von Unternehmen beschäftigte. Diese Veranstaltung wurde von der Regionalen Initiative Greenfood Cluster in Kooperation mit dem Handelsverband Hessen organisiert. Ziel war es, Vertreter aus unterschiedlichen Branchen zusammenzubringen, um gemeinsam Wege zu finden, um Produkte nachhaltig zu gestalten.

### **Vielfalt der Teilnehmer**

Trotz einer verhältnismäßig kleinen Teilnehmerzahl war das Publikum äußerst vielfältig. Es versammelten sich nicht nur Nahrungsmittelproduzenten, sondern auch Fachleute aus dem Handel, E-Commerce sowie Vertreter der Hotellerie und des Biosphärenreservats. Dieser bunte Mix an Interessierten, wie von Sofia Kitzmann, Projektreferentin von handel.eco, hervorgehoben wurde, zeigte, dass Nachhaltigkeit weitreichende Auswirkungen hat, die verschiedene Aspekte des Lebens und der Wirtschaft berühren.

### **Wichtigkeit der Nachhaltigkeit im Handel**

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung, da Verbraucher immer mehr Wert auf umweltfreundliche und

sozial verantwortliche Produkte legen. Dr. Eva Stüber, Mitglied der Geschäftsleitung des Instituts für Handelsforschung in Köln, beleuchtete in ihrem Vortrag die Herausforderungen und Chancen der Nachhaltigkeit im Handelssektor. Ihre Erkenntnisse erfuhren besonders Wertschätzung, da sie die Komplexität von Nachhaltigkeit aufzeigte und die Unterschiede in den Verbraucherbedürfnissen ansprach. „Es gibt kein schwarz und weiß, wenn es um Nachhaltigkeit geht. Sie bringt eine Vielzahl von Perspektiven mit sich“, betonte sie.

## **Interaktive Diskussionsformate**

Das Barcamp war in drei thematische Blöcke unterteilt, die jeweils wichtige Fragestellungen zur Nachhaltigkeit aufwarfen. Die Teilnehmer arbeiteten in Gruppen zusammen, um am Beispiel fiktiver Verbraucherprofile, auch „Personas“ genannt, deren Bedürfnisse und Erwartungen zu analysieren. Diese interaktive Methode förderte den Austausch von Ideen und die Entwicklung konkreter Handlungsempfehlungen.

## **Reduktion von Greenwashing**

Anschließend wurde das Thema „Angebot schafft Nachfrage“ diskutiert, gefolgt von einem kritischen Blick auf „Greenwashing“, einem Phänomen, das Unternehmen nutzen, um sich ein umweltfreundliches Image zu verleihen, ohne tatsächlich nachhaltig zu handeln. Die Teilnehmer diskutierten offen über ihre Erfahrungen und erarbeiteten Strategien, um Greenwashing zu vermeiden und echte Nachhaltigkeit zu fördern.

## **Fazit und Ausblick**

Die rege Teilnahme und das Interesse am Austausch während des Barcamps verdeutlichen die Relevanz der Thematik für die Region und darüber hinaus. Die Teilnehmer verließen die Veranstaltung mit neuem Wissen und Anregungen, wie sie

Nachhaltigkeit in ihre eigenen Unternehmensstrategien integrieren können. Solche Plattformen sind entscheidend, um den Dialog über nachhaltige Praktiken zu fördern und eine verantwortungsbewusste Konsumkultur zu etablieren.

- **NAG**

Details

**Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://n-ag.de)**