

Lebensmittel-Discount und Nachhaltigkeit. Ein Statusbericht.

Nachhaltigkeit im Lebensmitteleinzelhandel und Implikationen für den Lebensmittel-Discount

Inzwischen hat der Discounter einen Umsatzanteil von über 50% im Lebensmittelhandel erreicht und stößt an seine Wachstumsgrenzen.

Untersucht wurden die Auswirkungen des gesteigerten Wunsches der deutschen Verbraucher nach Nachhaltigkeit auf den Lebensmittelhandel insgesamt und im Besonderen auf die Discounter.

Nach einer Analyse der Kernthemen dieser Arbeit, die Nachhaltigkeit und die Discounter in ihrer Rolle innerhalb der Ernährungsbranche, wurden theoretische Kriterien und Anforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens an die Discounter entwickelt und anschließend deren Umsetzung in der Praxis überprüft. Mithilfe von Experteninterviews gelang es, einen tieferen Einblick in die sehr verschlossene Welt des Lebensmittel-Discounts zu gewinnen.



Kernergebnisse:

- Alle Discounter haben Bio-Produkte im Sortiment und Informieren zu Nachhaltigkeitsaktivitäten auf den Internetseiten
- Besonderes Interesse in Bereichen, in den aus Kostengründen nachhaltig gewirtschaftet werden kann (Logistik, Energie, Verpackung)
- Nachhaltigkeit im Discount kein Bewusstseinswandel, eigentlich kostensenkende Maßnahmen werden nach außen als Nachhaltigkeit kommuniziert