

# Nachhaltigkeit im Supermarkt lernen

ZNU-Partneraktion bei Dornseifer – Sustainable Retail Rallye wird mit Beacons unterstützt

Siegen. Beim Partnertreffen des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensentwicklung (ZNU) bei Rewe Dornseifer konnten Kunden eine Sustainable Retail Rallye mit Beacon-Technologie fahren.

Die ZNU-Partner-Aktion ist nicht neu. Nachdem bei Rewe Lenk und bei Famila Oldenburg schon Testaktionen liefen, konnten sich nun auch elf ZNU-zertifizierte Nachhaltigkeitsunternehmen im Siegener Frischemarkt von Dornseifer dem Publikum vorstellen. Dabei wurde auch die erste Installation von Beacons am Point of Sale zur Unterstützung einer POS-Aktion realisiert. Die einheitlichen Möbel wurden von den Unternehmen individuell bespielt und waren die Basisstationen der „Sustainable Retail Rallye“, einem gemeinsamen Projektansatz des ZNU und Pangea labs. Zusätzlich zu Schaubildern, Verkostigungen und persönlichen Gesprächen, wurde eine digitale Installation getestet, welche sich unter Umständen eignet, mittelfristig den Personalaufwand für solch besondere Aktionen zu reduzieren und damit die Rollout-Fähigkeit des Kooperationsprojektes zu unterstützen.

Mittels Beacons, kleinen Funksendern auf Basis von Low Energy Bluetooth Technology, können an einer beliebigen Stelle im Laden Signale ausgesandt werden. Von 30 cm bis 70 Meter funktioniert dies gut. Kunden können diese mit Smartphone oder Tablet empfangen. Während die ersten Ansätze im Handel diese Techno-



**Knackig:** ZNU-Partner Ullrich Schweitzer, Hassia, informiert sich bei Ulltje über deren Nachhaltigkeitsbemühungen



**Fair und glücklich:** Die Traditionsmarke Ritter zeigt, dass Nachhaltigkeit auch weiter sehr bunt bleiben kann.

logie zur Kommunikation von Rabatten und Sonderangeboten nutzen, ging es hier um Aufklärung der Konsumenten. Im Moment des Kontaktes mit einem Aktionsstand wird auf dem Mobilgerät des Nutzers eine Frage zum Unternehmen und dessen Besonderheit in Fragen der Nachhaltigkeit gestellt. Der Kunde kann diese beantworten und lernt dabei etwas über das Unternehmen. Die App markiert diesen Standort als „erledigt“, und am nächsten Standort wird die nächste hinterlegte Interaktion gestartet. In der Summe ergibt sich aus der Vielzahl der Interaktionen eine digitale Schnitzeljagd durch den Laden.

Prof. Dr. Holger Lütters von der Hochschule für Technik und Wirt-

schaft Berlin hat die Installation begleitet und sieht dabei Potenziale für die Zukunft. Die Instore-Navigation könnte verbessert werden, aus Sicht von Händlern wie Herstellern.

Die im Markt während der Aktion befragten Kunden gaben zu 65 Prozent an, dass sie Hersteller und Händler gemeinsam in der Pflicht zur Nachhaltigkeit sehen. Ein Ergebnis, das die ZNU-Partnerunternehmen bei ihrem Treffen vor Ort in Siegen auch goutierten. Gerade zertifizierte Unternehmen sähen es gerne, wenn diese Vorleistung besser honoriert würde. Für den Beirat des ZNU wählten die Partner Jan Niewodniczanski, geschäftsführender Gesellschafter der Bitburger Gruppe, nach. *bb/lz 49-16*



FOTO: ZNU

**Neu im ZNU-Beirat:** Bitburger-Gesellschafter Jan Niewodniczanski.