grünergriff
Neues Nachhaltigkeits-Label für den Küchenhandel

Mittwoch, 07.10.2020

Nachhaltigkeit spielt im Konsumverhalten eine immer wichtigere Rolle. Auch beim Kauf der neuen Traumküche spielt das Thema mittlerweile eine Rolle. Orientierung soll nun auch das von drei Branchenexperten neu eingeführte Label grünergriff geben. „Der Küchenhandel braucht ein branchenumspannendes Werkzeug zur Bewusstseinsstärkung und überzeugten Umsetzung im eigenen Unternehmen“, erzählt Irene Gotas, Prokuristin der flotho werbeagentur aus Osnabrück, die zu den drei Initiatoren des Projekts gehört. „Gemeinsam mit den Kollegen von ansprechend – Kommunikations- & Veranstaltungsmanagement und ieQ-systems mgk GmbH schaffen wir für das Thema Nachhaltigkeit auch im eigenen Unternehmen seit vielen Jahren ein Bewusstsein.“

Erreicht werden soll diese Vision weniger mit einer reinen Zertifizierung als mit einer Qualitäts- und Wertegemeinschaft. „Wir wollen, dass die Händler mit Begeisterung dabei sind und wiederum ihre Kunden begeistern können“, so Christiane Pauli, Inhaberin der Agentur ansprechend – Kommunikations- & Veranstaltungsmanagement. Im ersten Schritt gehe es darum, bei den Küchenstudios ein Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen zu schaffen und deutlich zu machen, welche Vorteile sie aus grünergriff ziehen können. Im Vordergrund stehe das Handeln des Küchenstudios selbst: Was macht nachhaltigen Handel aus? Kennt der Händler nachhaltige Markenprodukte? Werden Altgeräte zurückgenommen und recycelt? Küchenstudios, die diese Fragen angehen und bestimmte Anforderungen erfüllen, können sich das neue Label zunutze machen und sich über ein einfaches Online-Tool für grünergriff bewerben. Die Bewerbung wird von mehreren Experten geprüft und muss zudem jedes Jahr erneuert werden. „So stellen wir sicher, dass die Wertegemeinschaft auch Substanz hat.“

Wurde die Bewerbung geprüft und positiv beschieden, erhält der Händler ein umfassendes Marketingpaket: „Wir helfen den Händlern dabei, sich wirksam zu inszenieren“, sagt Pauli. „Sie können regelmäßig an Workshops teilneh¬men. Darin erfahren sie einerseits, wie sie ihren Betrieb kontinuierlich verbessern können, andererseits werden die Verkäufer darin geschult, Kunden das Thema nahezubringen und Fragen zu beantworten.“ Die Regionalität findet ihren Niederschlag in einem Manual, mit dem Küchenstudios befähigt werden, „grüne“ Kochevents zur Neu¬kundengewinnung durchzuführen. „Genuss ist schließlich das Herzstück der Küche – und hier bietet sich die Möglichkeit, Kücheninteressierte mit einer komplett nachhaltigen und absolut grün gestalteten Tafel zu begeistern“, so Gotas.

Neben einem vierteljährlich erscheinenden Magazin, dem crossmedialen Marketing, POS-Unterstützung und PR-Kampagnen hat sich das Team von grünergriff noch einen weiteren Clou zur Händlerunterstützung ausgedacht: eine nachhaltig geplante Kojengestaltung, für die das Trio von grünergriff exklusiv mit verschiedenen Küchen¬herstellern und -zulieferern zusammenarbeitet. „Auch am Endprodukt kann man zeigen, dass Nachhaltigkeit am Möbel keine Unmöglichkeit ist“, sagt Markus Frönd, Geschäftsführender Gesellschafter bei ieQ-systems mgk GmbH. „Hier geht es nicht nur um die Materialien, sondern auch um die Planung. Denn auch in der Küchenplanung gibt es viel Optimierungspotenzial. Zum Beispiel dadurch, dass Anfahrtswege und Abfälle vermieden werden. Dies gilt es auch online optimal zu präsentieren.“

Für das neue Zertifikat grünergriff können sich interessierte Küchenhändler ab sofort hier bewerben. Pünktlich zum neuen Jahr startet die Endkundenkampagne, mit der die Qualitätsgemeinschaft bei allen

Kücheninteressierten aktiv präsentiert wird.

Neues Nachhaltigkeits-Label für den Küchenhandel

Links

- Nachhaltigkeitslabel grünergriff