espresso

kurz stark praktisch

Tipps für die Arbeit im Weltladen

Ein Angebot des Weltladen-Dachverband e.V.

Nummer 16 Oktober 2019

Unverpackt im Weltladen – Tipps zum Verkauf loser Ware

von Amos Bucher (fairfood Freiburg GmbH)

220 Kilogramm Abfall wirft jede*r Deutsche durchschnittlich pro Jahr in die Tonne[1]. Während die Recyclingquote von Glas und Papier bzw. Karton mit über 80 % relativ hoch ist, ist sie bei Kunststoff-Verpackungen mit unter 50 % erschreckend niedrig. Der Trend zu kleineren Portionen anstatt Großverpackungen setzt sich zudem fort, d.h. im Verhältnis zur Produktmenge nimmt das Verpackungsmaterial weiter zu.

Diese espresso-Ausgabe soll zeigen, warum es auch für Ihren Weltladen Sinn ergeben kann, auf bestimmte Einweg-Verpackungen zu verzichten und wie Sie Ihren Kund*innen unverpackte Ware anbieten können.

Nachhaltigkeit

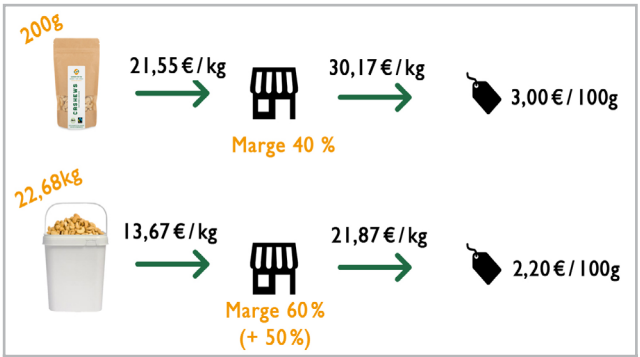
Nachhaltigkeit als Schnittmenge aus sinnvollem ökologischen, ökonomischen und sozialen Handeln bedeutet, die Erde lebenswert zu erhalten, die Natur weiter lebensfähig zu gestalten und zwischen Menschen mehr Fairness herzustellen.

Die Zero Waste-Philosophie hat zum Ziel, Müll gar nicht erst entstehen zu lassen, und ist damit besonders nachhaltig. Aber auch ökonomisch ist das Vermeiden von Verpackungsmüll sinnvoll.

Ökonomisch von Vorteil

In einigen Köpfen besteht weiterhin die Vorstellung, unverpackt einzukaufen sei teurer – doch das Gegenteil ist der Fall. Verpackte Ware ist in der Herstellung und in der gesamten Logistik zwangsläufig aufwändiger und somit teurer.

Wie das folgende Schaubild am Beispiel von Cashewkernen zeigt, können Weltläden ihren Kund*innen unverpackte Lebensmittel zu deutlich attraktiveren Preisen anbieten und gleichzeitig die eigene Marge erhöhen. Dies ist nicht nur sinnvoll, um den entstehenden Mehraufwand auszugleichen, sondern auch, um den Weltladen im Ganzen zu stärken.



Die Beispiel-Rechnung von fairfood Freiburg zeigt: Cashewkerne unverpackt zu verkaufen ist für Kund*innen und Weltläden auch finanziell von Vorteil.

Eine Chance für den Weltladen

Weltläden und die gesamte Bewegung des Fairen Handels sind seit Jahrzehnten Pioniere für mehr Fairness und Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette. Der gezielte Umstieg auf Unverpackt-Lösungen bietet Ihrem Weltladen die Möglichkeit, diesen Weg weiter zu intensivieren – und gleichzeitig neue Kund*innen zu gewinnen.

Dass Einweg-Verpackungen ein Problem sind, ist im Bewusstsein vieler Konsument*innen angekommen; häufig gehen Bilder von Müllbergen und -inseln durch die Nachrichten. Insbesondere junge Menschen beschäftigt dieses Thema mehr und mehr, was ein Blick auf die Kund*innen-Struktur von Unverpackt-Läden bestätigt.

Für Ihren Weltladen kann der Verkauf loser Ware daher die Chance bieten, junges Publikum anzuziehen, mehr mediale Aufmerksamkeit zu erhalten und sich als Vorreiter in einem Trendthema zu positionieren.

Allgemein empfehlen wir für den Anfang, vergleichsweise hochpreisige Produkte wie Nüsse oder Kerne unverpackt anzubieten. Hier ist der Aufwand deutlich geringer als bei einem sich schnell drehenden Produkt wie beispielsweise Reis, was ein häufigeres Befüllen und Reinigen des Spenders mit sich bringt. Sie können zudem die getätigte Anfangsinvestition für die Ladenausstattung schneller wieder reinholen.

Manche Läden möchten jedoch bewusst Grundnahrungsmittel unverpackt anbieten. Daher sollten Sie die Entscheidung, welche Produkte Sie unverpackt verkaufen, letztlich auf Basis Ihrer lokalen Gegebenheiten treffen, zum Beispiel der Nachfrage von Kund*innen sowie der Überzeugung und/oder Arbeitsauslastung der Weltladen-Mitarbeitenden.



Der Weltladen Offenburg ist stolz, einige Grundnahrungsmittel ohne Verpackung zu verkaufen.

Hilfreiches & Notwendiges

Für den Verkauf loser Ware sind zwei Dinge essentiell: die geeignete Ladenausstattung und die Einhaltung von Hygienevorschriften. Fast jeder Weltladen kann beides unter Beachtung einiger Vorgaben sinnvoll und gut umsetzen. Ein paar zusätzliche Tipps helfen, den entstehenden Mehraufwand zu minimieren sowie das Team informiert zu halten.

Ladenausstattung

Neben den Spendern, in denen die Ware lose zum Verkauf angeboten wird, benötigen Sie eine geeignete Waage, ein Kassensystem und einen Lagerplatz für Nachschub, um loszulegen. Außerdem empfehlen wir, für Interessierte ohne eigenes Behältnis einige Gläser im Laden zum Verkauf anzubieten.

Der Unverpackt-Spender

Es gibt viele verschiedene Spender für unverpackte Produkte, die sich in Material, Größe, Optik und Befestigungsmöglichkeiten unterscheiden. Welcher sich am besten eignet, hängt im Einzelfall vom Produkt sowie von den Rahmenbedingungen im Weltladen ab. Holz, Glas und Edelstahl wirken edel und sind individualisierbar. Plastik punktet durch seine Leichtigkeit und ist günstiger. Dies kann eine sinnvolle erste Option sein, wenn Sie den Verkauf unverpackter Ware testen möchten.

Wählen Sie das Volumen jedes Spenders so, dass die Durchlaufzeit der Produkte nicht zu hoch wird und die Haltbarkeit nicht leidet. Da sich dies von Produkt zu Produkt unterscheidet, fragen Sie am besten beim jeweiligen Lieferanten nach.

Ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis für den Einstieg in den Verkauf unverpackter Cashewkerne bietet beispielsweise ein 3,5 Liter-Spender aus Kunststoff, der an der Wand befestigt oder als Stand-Alone-Lösung aufgebaut werden kann.

Die Waage

Die elektronische Waage muss geeicht sein und die Möglichkeit haben, ein Tara-Gewicht einzugeben. So können Kund*innen oder Mitarbeitende ein Behältnis vor der Befüllung abwiegen und das Gewicht darauf kenntlich machen, z.B. mit einem Aufkleber oder Papier. Beim finalen Abwiegen des Inhalts ist es wichtig, dass die Kund*innen die Anzeige der Waage einsehen können.

Die Kasse

Jedes Behältnis muss zu Anfang leer gewogen werden, denn aus der Differenz zum befüllten Zustand ermitteln Sie – multipliziert mit dem Gramm-Preis des Produktes – den zu zahlenden Preis.

Im komfortablen Fall können Sie einen Artikel (z.B. Cashewkerne naturbelassen) in der Kasse anlegen und den 100 g-Preis definieren. Beim Eingeben des Artikels und der Grammzahl gibt die Kasse dann automatisch den entsprechenden Preis aus. Dieses Vorgehen kennen zahlreiche Weltläden bereits vom Verkauf von Bananen.

In einigen Weltläden ist die Kasse zusätzlich an ein Warenwirtschaftssystem angeschlossen, sodass Bestände überwacht werden können. Hierfür eignet sich zum Beispiel das Weltladen-spezifische System WLP sehr gut.

Doch auch die einfache Variante funktioniert problemlos. Halten Sie einfach einen Taschenrechner an der Kasse bereit und kalkulieren Sie den Preis per Hand.

RECHEN-BEISPIEL

- Ein Glas wiegt ohne Inhalt 150 g.
- Das befüllte Glas wiegt 292 g.
- 100 g Cashewkerne kosten 3,00 €.

Wieviel kostet der Einkauf?

Zunächst ermitteln Sie das Gewicht des Inhalts: 292 g - 150 g = 142 g.

Dann kalkulieren Sie den Preis:
1,42 x 3,00 € = 4,26 €.

FERTIG!

Das Lagern

Vor der Einführung unverpackter Ware sollten Sie auch über die Lagerkapazitäten nachdenken. Als Faustregel gilt, dass für die Lagerung loser Ware noch einmal genauso viel Raum benötigt wird, wie als Ladenfläche für dieses Produkt vorgesehen ist. Die angelieferte Ware muss unbedingt luftdicht wiederverschließbar sein. Von offenen Tüten und Säcken wird abgeraten. Je nach Hygieneamt wird das auch beanstandet.

Hygienevorschriften

Die Hygienevorschriften zum Verkauf loser Ware sind auf acht Regeln herunterzubrechen:

1. Es muss mindestens ein*e Verantwortliche*r für das Thema „Unverpackt“ im Laden ernannt werden. Mehrere können sinnvoll sein.
2. Diese Person muss beim Gesundheitsamt eine Hygienebelehrung machen und ist die einzige, die alle Hygienemaßnahmen umsetzen darf. Das Zertifikat vom Gesundheitsamt dient hierbei als Beleg.
3. Sie benötigen ein von der Toilette separiertes Waschbecken, um die Spender ordnungsgemäß reinigen zu können.
4. Für das Reinigen des Behältnisses wird eine Reinigungsanleitung und ein Reinigungsprotokoll benötigt.
5. Am Waschbecken müssen Einweghandtücher vorhanden sein. Die Reinigungsmittel müssen in einem separaten Raum, getrennt von den Lebensmitteln, gelagert werden. Dieser Raum kann auch eine verschließbare Kunststoffkiste sein.
6. Vom Unverpackt-Spender muss das Datenblatt vorliegen. Es weist nach, dass alle mit der Ware in Berührung kommenden Teile lebensmittelecht sind.
7. Vorratsbehältnisse müssen luftdicht verschließbar sein.
8. Im Ladenbereich muss in der Nähe der Unverpackt-Behältnisse sichtbar gekennzeichnet sein, dass das Öffnen der Behältnisse für Kund*innen verboten ist.

Kennzeichnungspflicht

Wie auch bei verpackter Ware müssen Sie den Kund*innen Informationen zugänglich machen:

- Produktkennzeichnung
- Lieferant mit Adresse
- Mindesthaltbarkeit
- Chargennummer
- Preis pro Gewicht
- Nährwerte
- Zutaten, insbesondere Allergene

Diese Daten müssen nicht auf dem Spender aufgebracht sein. Es genügt, wenn sie auf einem Blatt an der Wand hängen oder an anderer Stelle im Laden ausliegen, zum Beispiel an der Kasse.

Bio-Zertifizierung

Eine Besonderheit beim Verkauf unverpackter Produkte ist das Verwenden des Bio-Logos, denn als Anbieter von loser Ware wird Ihr Weltladen zum Verarbeiter. Das bedeutet, dass der Weltladen entweder komplett Bio-zertifiziert sein muss oder auf die Bio-Auslobung verzichten sollte.

Wir empfehlen in der Regel Zweiteres. Es ist dann ratsam, neben den Spendern die Produktmerkmale aufzulisten, z.B. „Das Produkt ist frei von Pestiziden. Warum ist kein Bio-Siegel vorhanden? Bitte fragen Sie an der Kasse nach.“

Ablauf & Information

Haben Sie sich im Weltladen für den Verkauf loser Ware entschieden und die Ausstattung angeschafft, steht noch die Frage im Raum, ob die Kund*innen sich die Produkte selbst abfüllen oder ob sie bedient werden.

Wenn Sie mit nur wenigen Spendern starten und genügend Platz hinter der Theke vorhanden ist, empfehlen wir, die Kund*innen zu bedienen. Dieses Vorgehen ist weniger fehleranfällig und es entsteht weniger Dreck.

Rein optisch kann eine Unverpackt-Station mitten im Laden aber auch sehr gut aussehen. Für die Qualität der Produkte ist lediglich wichtig, dass Sie keinem direkten Sonnenlicht ausgesetzt sind.

Für die interne Information empfehlen wir, einen Ordner anzulegen, der alle mit dem Unverpackt-Vertrieb verbundenen wichtigen Informationen bereithält, u.a. eine Ablaufbeschreibung für den Verkauf und einen Hinweis auf die Hygienemaßnahmen. Dieser Ordner sollte allen im Ladenteam bekannt und zugänglich sein.



Optisch kann eine Unverpackt-Station mitten im Laden sehr ansprechend sein. Sie muss jedoch gut gepflegt und regelmäßig sauber gemacht werden.

Unverpackt aus Fairem Handel

Das Thema Unverpackt ist jenseits von Kaffee für Weltläden relativ neu. Die meisten Lebensmittel-Lieferanten beschäftigen sich inzwischen jedoch damit, und einige Weltläden haben mit dem Verkauf begonnen. Viele Lebensmittel-Lieferanten bieten zumindest Großgebinde an, die auch für Großkunden interessant sein können. Zum Teil wird hierbei mit Pfandsystemen gearbeitet.

ANGEBOTE FÜR WELTLÄDEN

Der Weltladen-Dachverband hat eine Übersicht mit Unverpackt-Angeboten der anerkannten Lieferanten erstellt. Hierin sind u.a. verfügbare Produkte und Verpackungseinheiten aufgelistet. Die aktuelle Version (10/2019) finden Sie unter:

https://kurzelinks.de/fh8q

Rückfragen beantwortet Dominik Gabel gern unter d.gabel@weltladen.de.

Einige Lieferanten sind mit ihren Angeboten aber bereits weiter und bringen Erfahrung aus der Zusammenarbeit mit Unverpackt-Läden mit. Aktuell unterstützen fairfood Freiburg und El Puente Weltläden gemeinsam bei der Einführung von Unverpackt-Angeboten. Sie bieten unterschiedliche Starterpakete an, bei denen Weltläden in jedem Fall einen Spender sowie spezielles Marketingmaterial gratis erhalten. Dies soll die Einstiegshürde minimieren und auch das Austesten des Verkaufs unverpackter Produkte ermöglichen. Näheres hierzu erfahren Sie bei den beiden Unternehmen.

Neues wagen

Für Weltläden bietet das Thema Unverpackt die besondere Chance, mutig und innovativ zu sein – und einen entscheidenden Schritt in Richtung mehr Nachhaltigkeit zu gehen. Vielleicht möchten Sie es auch ausprobieren? Wir glauben, es lohnt sich.

Impressum:
Weltladen-Dachverband e.V.
Ludwigsstraße 11
55116 Mainz
Redaktion: Corinna Sager
Fon: 06131 68 907-80, Fax: -99
E-Mail: info@weltladen.de
Web: www.weltladen.de

Bildnachweise: fairfood Freiburg, Weltladen Offenburg, Weltladen-Dachverband/A. Stehle

[1] *Quelle: Umweltbundesamt am 25.07.2018. Referenz: Jahr 2016.*