

23. August 2012, AZ 27329

Kaufen mit Köpfchen: Online-Portal „Utopia City“ mit „grünen“ Stadt-Tipps

Öko-Guide als „Taschenheft“ für Berlin, Hamburg, Köln und München - DBU gibt 400.000 Euro

München. Im Supermarkt Zutaten studieren oder Ökobilanzen vergleichen? Nein danke! Einkaufen soll schnell gehen. Im Alltag entscheiden wir meist aus Gewohnheit, Umweltschutz steht oft hinten an. „Was bislang fehlte, war eine seriöse Quelle, die Angebot und Nachfrage vereint und Verbraucher über nachhaltige Produkte und Dienstleister in ihrem Umfeld aufklärt“, sagt Franz-Georg Elpers, Sprecher der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU). Die Stiftung unterstützt mit rund 400.000 Euro die Münchner Utopia AG beim Entwickeln des „grünen“ Online-Branchenbuchs „Utopia City“, das unter city.utopia.de abrufbar ist. Interessierte können gezielt nach Bio-Brötchen oder Öko-Mode in ihrer Nähe suchen. Elpers: „Die Firmen werden geprüft und kostenlos gelistet. Sie sollen Kunden von ihren Angeboten überzeugen und nachhaltigen Konsum fördern.“ Für Berlin, München, Hamburg und Köln gibt es den Öko-Stadtplan auch als „Taschenheft“, das in den Drogerien dm oder Budnikowsky gratis ausliegt.

Beim Einkaufen lasse sich oft schwer beurteilen, welches Produkt wirklich nachhaltig ist, erklärt Utopia-Vorstandsmitglied Dr. Meike Gebhard. Die drei Schlagworte bio – regional – fair verdeutlichen zwar, worum es gehe, seien aber nur bedingt hilfreich, da sie nicht automatisch dasselbe bedeuteten. So könne es vorkommen, dass der Energieverbrauch regional erzeugter Produkte trotz kürzerer Anfahrtswege höher sei als bei Importen, da große Farmen in anderen Regionen – anders als kleine Höfe im Nachbarort – manchmal in der Gesamtbilanz ökologischer, insbesondere energieeffizienter arbeiten könnten. Das sei aber von Fall zu Fall unterschiedlich. Der Online-Stadtplan „Utopia City“ solle den Verbrauchern ähnlich einem Branchenbuch helfen, sich in dem Informationsdschungel zurechtzufinden und nachhaltige Produkte und Dienstleister aus der eigenen Stadt oder Region durch die Eingabe von Postleitzahl und Ort ausfindig zu machen.

„Bei ‚Utopia City‘ handelt es sich um ein in Form und Inhalt einzigartiges Projekt in Deutschland. Es gibt zwar umweltorientierte Branchenbücher im Internet. Im Unterschied zur Utopia-Plattform könnten die Nutzer in den bisherigen Stadtplänen keine eigenen Einträge zu ihren Erfahrungen mit einzelnen Anbietern machen“, betont Gebhard. Bei „Utopia City“ würden indes die Nutzer die Adressdatenbank aktiv mitgestalten, indem sie

Ansprechpartner

Franz-Georg Elpers
- Pressesprecher –
Eva Ziebarth
Anneliese Grabara

Kontakt DBU:

An der Bornau 2
49090 Osnabrück
Telefon: 0541|9633521
Telefax: 0541|9633198
presse@dbu.de
www.dbu.de

bereits registrierte Anbieter bewerteten oder selbst Anschriften neuer „Geheimtipps“ hinzufügten. „Möchte ein Nutzer oder ein Geschäftsinhaber einen Eintrag in der Datenbank ergänzen, muss er den „Utopia City“-Codex berücksichtigen“, erklärt Gebhard den Kontrollmechanismus zum Schutz vor „Trittbrettfahrern“. Der enthält Kriterien wie „nachhaltige Forstwirtschaft“, „humane Arbeitsbedingungen“ oder „ökologisch“ nach dem Mindeststandard der Öko-Verordnung der Europäischen Gemeinschaft. Jeder neue Eintrag werde vom Utopia-Team per Hand überprüft, zweifelhafte Adressen würden gelöscht. Die Anzahl der positiven Nutzerbewertungen entscheide, welchen Rang eine Firma in den Suchergebnissen einnimmt.

Eine weitere Besonderheit von „Utopia City“ sei, dass die Internetplattform nachhaltigen Konsum auf vielen Ebenen fördere. Gebhard: „Die Plattform informiert Verbraucher einerseits darüber, wo sie nachhaltige Angebote in ihrer Stadt finden können. Damit erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass sie gekauft werden, womit es sich für Hersteller mehr lohne, den Händlern vor Ort ein nachhaltiges Warensortiment anzubieten. Andererseits mobilisiert sie Verbraucher, indem sie Möglichkeiten für nachhaltigen Konsum im Alltag aufzeigt und so einen Ort schafft, an dem sie sich austauschen können.“ DBU-Konsumexpertin Verena Exner ergänzt, dass im Rahmen so genannter „Offline-Veranstaltungen“ durch Rabatte oder Sonderaktionen der Partnergeschäfte zusätzlich materielle, aber auch immaterielle Anreize für einen ökologischen und fairen Konsum vor Ort geschaffen würden. Wichtig sei der DBU bei der Förderung gewesen, dass die Aktivitäten auf der Internetplattform mit konkreten Maßnahmen in den Städten verbunden würden und online und offline Elemente ein schlüssiges Gesamtkonzept bildeten.

Derzeit umfasse die Online-Datenbank bereits rund 13.000 Einträge mit „grünen“ Adressen aus vielen deutschen Großstädten wie Hannover, Frankfurt, Stuttgart oder Leipzig, in denen das Angebot besonders umfangreich sei, berichtet Gebhard. Für die Modellstädte Berlin, Hamburg, München – seit Juni auch für Köln – gebe es sogar eine Print-Ausgabe, die in Geschäften teilnehmender Partner ausliege. Außerdem könnten die vier „Taschenhefte“ unter city.utopia.de heruntergeladen werden. Im DBU-Förderprojekt sei auch eine mobile Applikation entwickelt worden, mit der neue Funktionen auf der Website und neue Inhalte in der Adressdatenbank auch über das Handy abgerufen werden können. „So ist man auch unterwegs immer auf dem neuesten Stand“, ergänzt Gebhard. „Wir freuen uns sehr, dass unser Förderprojekt derartige Früchte trägt und das ‚Utopia City‘-Modell auf andere Städte übertragen wurde“, sagt Elpers.

Wie wichtig die Recherche im Internet geworden sei, zeige eine Computer- und Technikanalyse des Allensbach-Instituts von 2009, erläutert Gebhard. Demnach informierten sich rund 97 Prozent der etwa 43,5 Millionen erwachsenen Internetnutzer in Deutschland im Netz über Produkte und Dienstleistungen. „Die Überzeugungskraft kommt also mehr und mehr aus dem Internet“, sagt sie weiter. Das Projekt werde deshalb für weitere zehn Jah-

Ansprechpartner für Fragen zu den Projekten:

Meike Gebhard
Utopia
Telefon: 089/26024140
Telefax: 089/26024141
E-Mail: mg@utopia.de

re fortgeführt. Für die ersten drei Jahre gebe es schon ein entsprechendes Konzept. Dieses umfasse unter anderem die Pflege und das Weiterentwickeln der Online-Plattform, der mobilen Applikation sowie Vor-Ort-Aktivitäten in Form von „Shopping Days“ mit Verkostungen, Beratungen und Gewinnspielen.

Lead **983** Zeichen mit Leerzeichen

Resttext **4.783** Zeichen mit Leerzeichen

Fotos nach IPTC-Standard zur kostenfreien Veröffentlichung unter www.dbu.de