

Pressemitteilung

Deutscher CSR-Preis 2017 für iglo

Regionalen Gemüseanbau in Westfalen erlebbar machen

Ludwigsburg/Hamburg, April 2017 – **iglo hat auf dem diesjährigen CSR-Forum den Deutschen CSR-Preis 2017 erhalten. Die Auszeichnung erhielt das Unternehmen in der Kategorie „CSR-Kommunikation“. Gewürdigt wurde die integrierte Kommunikationsarbeit rund um das Thema regionale Herkunft des iglo Gemüses. Den Verbrauchern wird dabei Nachhaltigkeit unakademisch, konkret erfahrbar und leicht verständlich vermittelt. Die Kommunikationsmaßnahmen dokumentieren emotional den Weg von beispielsweise dem Blubb-Spinat, Rotkohl, Basilikum und anderen Gemüsen vom Feld bis in die Packung in maximal 180 Minuten. Im Mittelpunkt der Aktivitäten im westfälischen Münsterland stehen dabei die Menschen, die seit mehr als 50 Jahren den Anbau und die Verarbeitung verantworten.**

„Wir zeigen den ungeschönten Alltag und die Leidenschaft unserer Vertragslandwirte, der begleitenden Anbauberater, der Qualitätsmanager und der Mitarbeiter in der Produktion“, so Alfred Jansen, Leiter der Unternehmens- und Nachhaltigkeitskommunikation. Die authentischen Protagonisten machen den Gemüseanbau erlebbar. Teil der Öffentlichkeitsarbeit ist auch das Besucherprogramm, in dem Landfrauen vor Ort von Mai bis September Besuchergruppen in ihren Worten die Arbeit auf dem Feld und in der Produktion erklären und zeigen. Wer nicht den Weg zum iglo-Standort im münsterländischen Reken findet, kann sich online über die 75 km Wildblumen-Blühstreifen als Rückzugsort für Bienen informieren oder Videos von der Arbeit ansehen. Als Clou wirkt zudem der Code auf den Rahmspinat-Packungen. Nach Eingabe des Codes auf der iglo-Webseite können Verbraucher genau den Landwirt sehen, von dessen Feld der gekaufte Blubb-Spinat kommt – mehr Rückverfolgung geht eigentlich nicht mehr.

Ergänzt werden diese Aktivitäten um regelmäßige TV-Reportagen, Messepräsentationen, eine breite Pressearbeit und einen begleitenden Dialog mit Verbraucherorganisationen und anderen CSR-Stakeholdern. „Wir wollen den Konsumenten“, so Antje Schubert, Geschäftsführerin von iglo Deutschland, „leicht und anschaulich vermitteln, wie schonend wir die Böden bearbeiten, wie kurz die Produktionswege sind und wie nachhaltig iglo arbeitet“. Reale Mitarbeiter, Bilder und Besuchererlebnisse sind dabei die glaubwürdigsten Multiplikatoren.



Nachhaltiger, regionaler Gemüseanbau im Münsterland

Foto: iglo