**Treiber des Nachhaltigkeitsmanagements und der Nachhaltigkeitsberichterstattung im Einzelhandel**

Einzelhändler verüben durch ihre, zwischen Produzent und Konsument liegende, Stellung in der Versorgungskette einen bedeutenden Einfluss auf Themen der Nachhaltigkeit. Das Projekt soll ein nachhaltiges Management- und Meldesystem schaffen, indem ein Netzwerk von Akademikern (Wissenschaftler, Studenten) und Einzelhändlern in Deutschland und dem Baltikum geschaffen wird. Eine Serie von Veranstaltungen wie z.B. öffentliche Gastvorträge und öffentliche Seminare wurden im Rahmen des Projekts durchgeführt, um Erfarhung und Wissen mit einem breiteren Publikum zu teilen. Außerdem wurde eine Pilotstudie (Nachforschung und Interviews mit ausgewählten Einzelhandelsketten) in Litauen, Lettland, Estland und Deutschland durchgeführt. Die aus den vier Staaten gesammelten Daten, sollen einen Einblick in mögliche Motivatoren zur Implementierung von Nachhaltigkeitssystemen bei Einzelhändlern ermöglichen. Die Hauptmotivatoren sind: umweltbezogen (Prozesse: Energieeffizienz, Logistik und Verpackung); produktbezogen (gesunde Produkte, Herkunft der Produkte); gefolgt von Motivatoren, die sich auf die Verantwortung und das Verhalten der Verbraucher beziehen. Darüber hinaus unterscheiden sich die Ergebnisse in den untersuchten Ländern, sodass unterschiedliche Auswirkungen auf die Einzelhandelsketten angeboten werden könnten.