

# Nachhaltige Produkte in der Unternehmenskommunikation

- Ergebnisse einer Handelsbefragung -

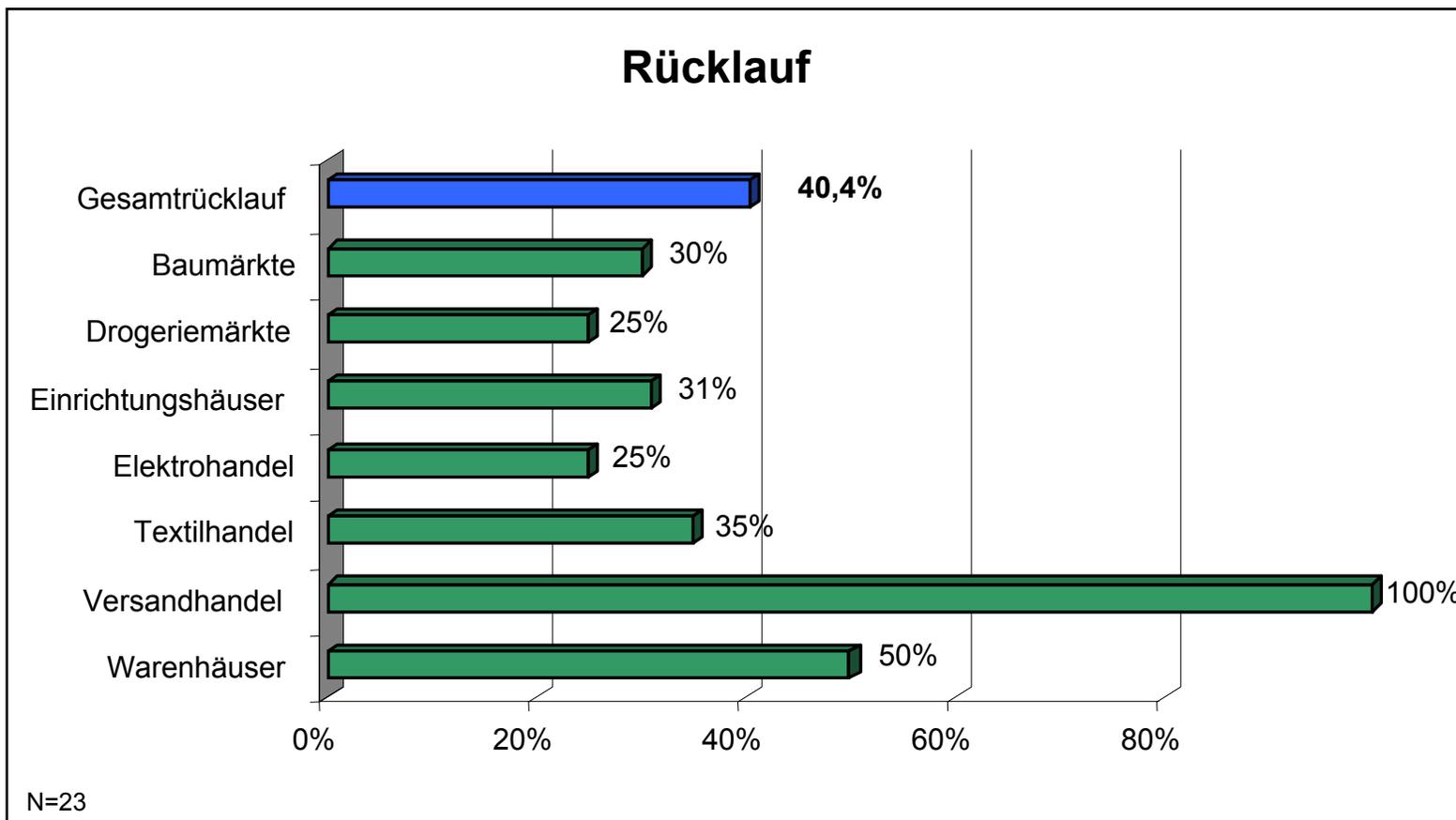
Stefanie Schmidl  
Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.

- 57 marktrelevante **Handelsunternehmen** im Oktober 2006 angeschrieben
- Branchen:

### **Bauen, Wohnen, Textilien und Bekleidung**

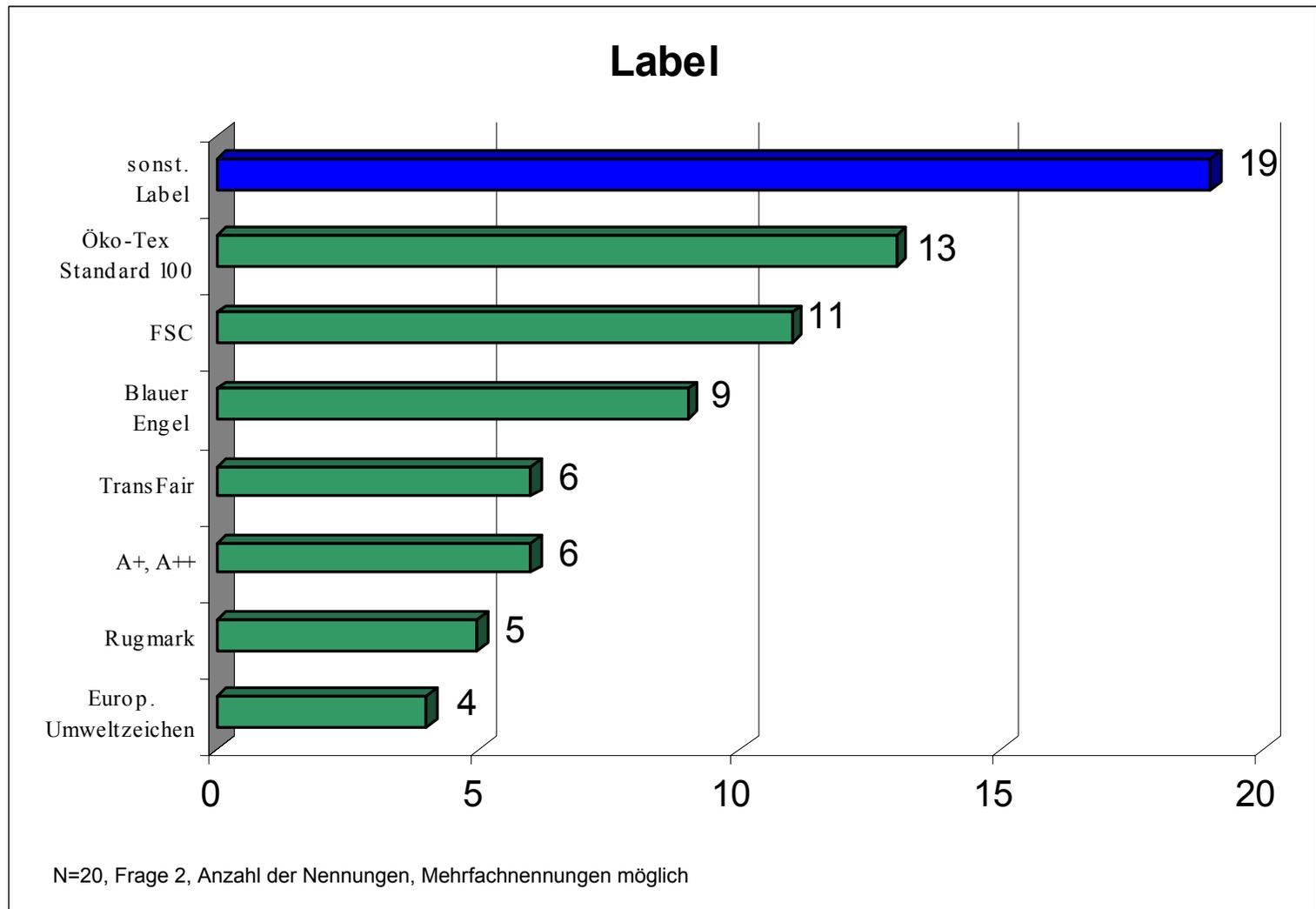
- Bau- und Heimwerkermärkte
- Drogeriemärkte
- Einrichtungshäuser
- Elektrohandel
- Textilhandel
- Versandhandel
- Warenhäuser

- Werden nachhaltige Produkte angeboten? Welche Produktgruppen?
- Sind sie mit Label ausgezeichnet? Welche Label?
- Maßnahmen zur Förderung: Werbung, POS-Marketing, Sonderaktionen, sonstige Maßnahmen
- Für welche Warengruppen?
- Erfahrungen mit der besonderen Vermarktung
- Kundenreaktionen auf besondere Präsentation nachhaltiger Produkte bekannt?
- Zukünftige Bedeutung Marketingmaßnahmen
- Sind Mitarbeiterschulungen geeignet, den Verkauf nachhaltiger Produkte zu fördern?
- Handlungsfelder zur Förderung nachhaltiger Produkte im Handel?



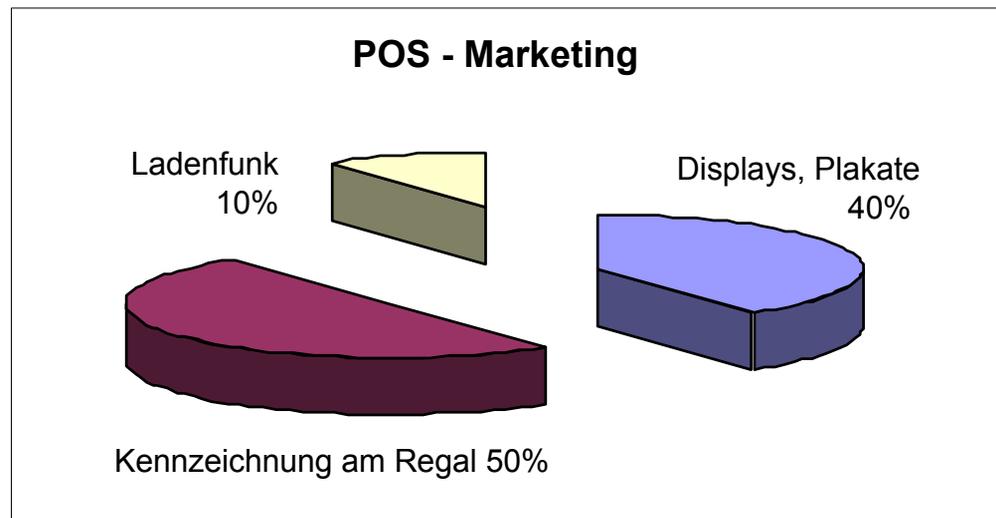
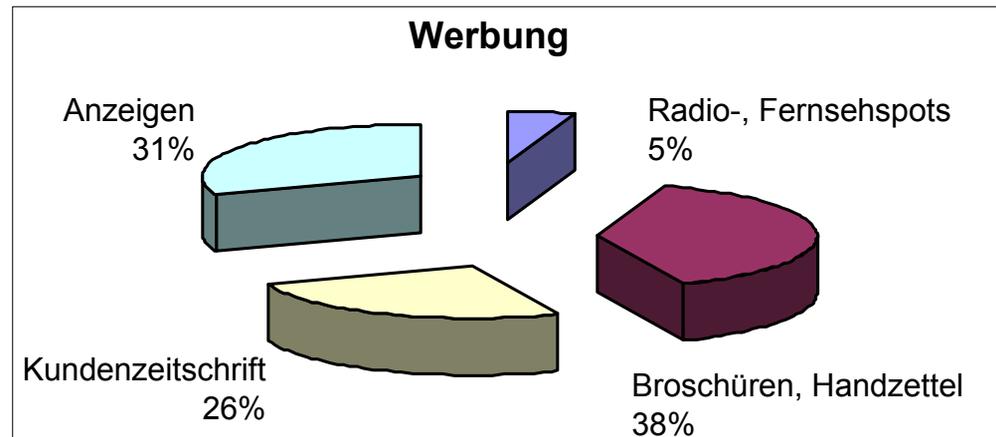
- 96% der befragten Unternehmen haben nachhaltige Produkte im Angebot
- Verschiedene Produktgruppen:
  - Kleidung
  - Elektrische Geräte
  - Möbel
  - Kosmetika / Hygieneprodukte
  - Holzprodukte
  - Bau- und Dämmstoffe
  - Heimtextilien
  - Farben und Lacke
  - Lampen
  - Matratzen



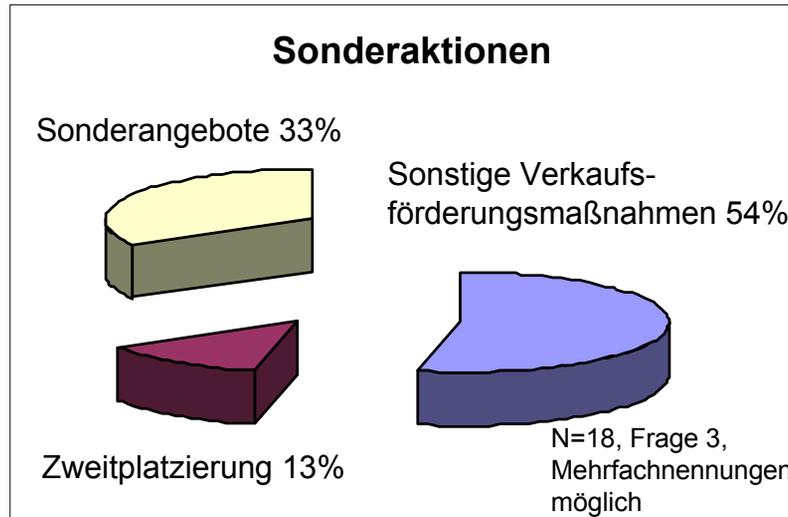


- 86 % fördern nachhaltige Produkte mit Marketingmaßnahmen

▪ Werbung:	39 Maßnahmen
▪ POS-Marketing:	20 Maßnahmen
▪ Sonderaktionen:	15 Maßnahmen
▪ Sonstige:	16 Maßnahmen



N=18, Frage 3,  
Mehrfachnennungen möglich



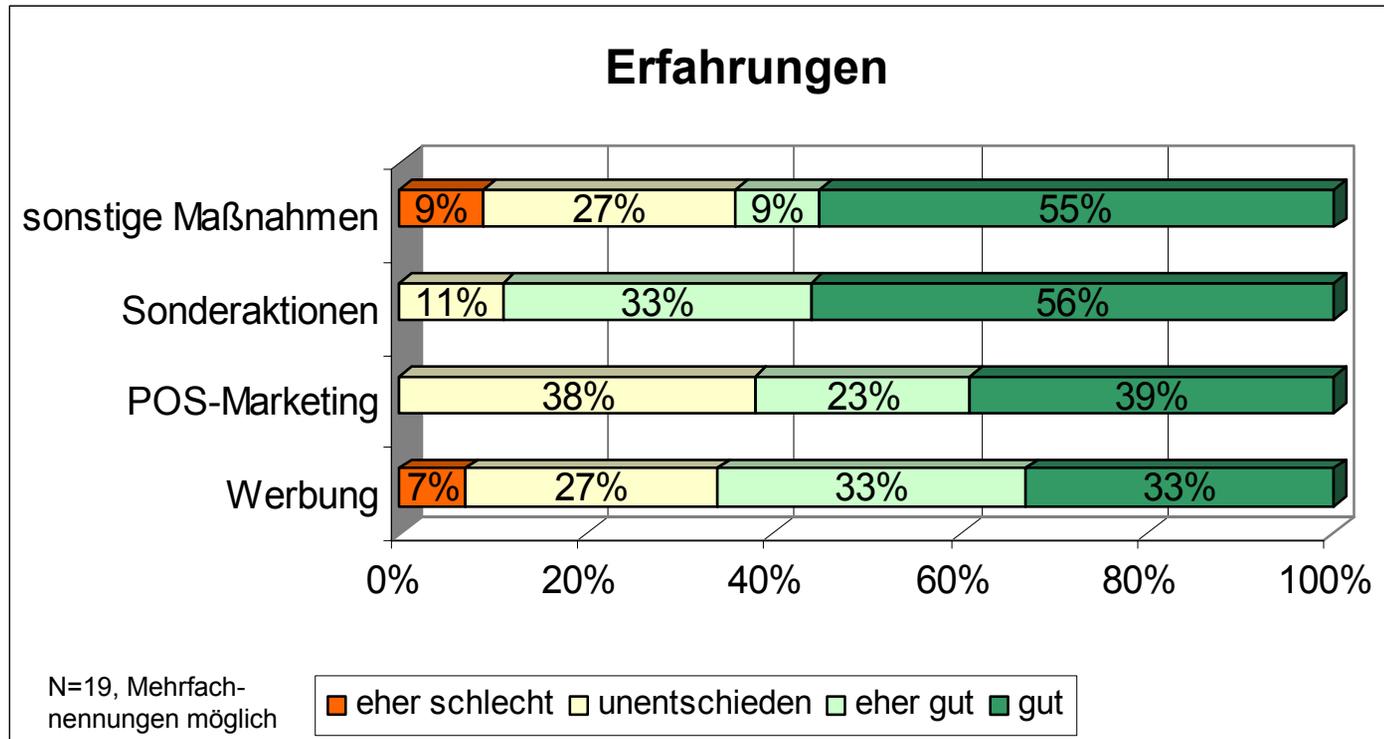
▪ **Sonstige Maßnahmen:**

- Veranstaltungen/Aktionen (38%)
- Hervorhebung im Katalog (25%)
- Internet (13 %)

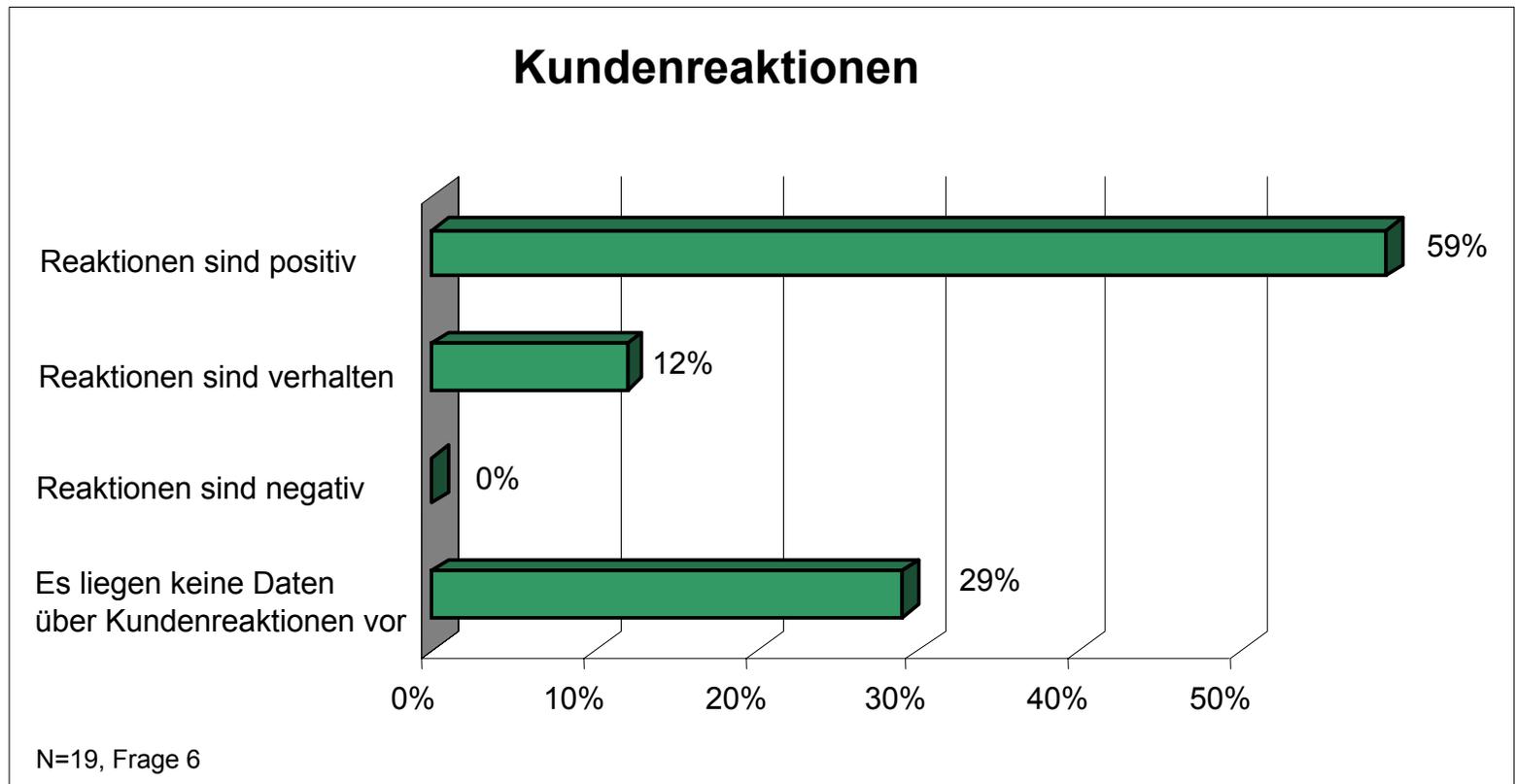
▪ **Warengruppen:**

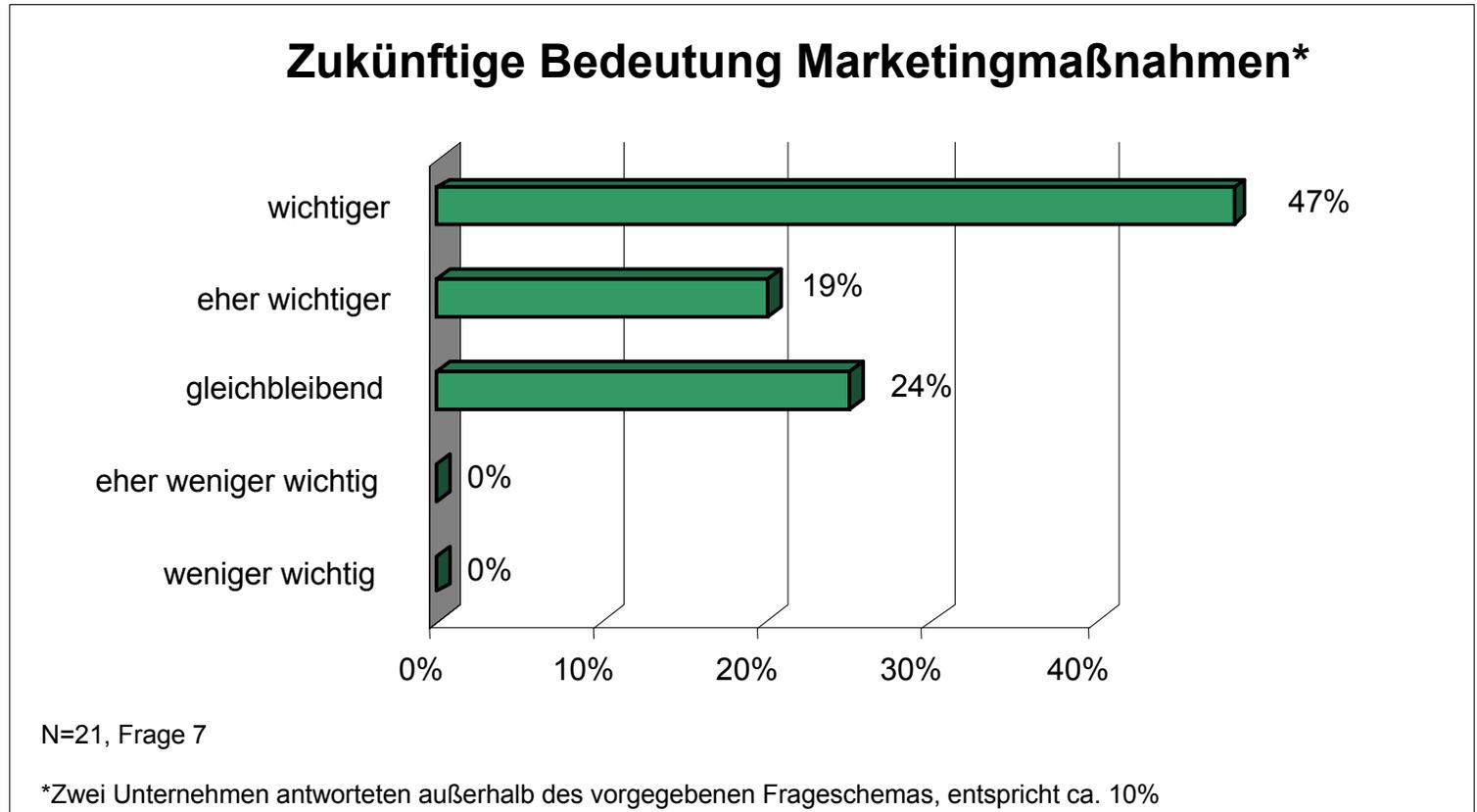
- Marketingmaßnahmen für alle nachhaltigen Produkte: 56%
- Marketingmaßnahmen für ausgewählte nachhaltige Produkte: 44%

- Im Mittel „eher gute“ Erfahrungen mit der Vermarktung nachhaltiger Produkte

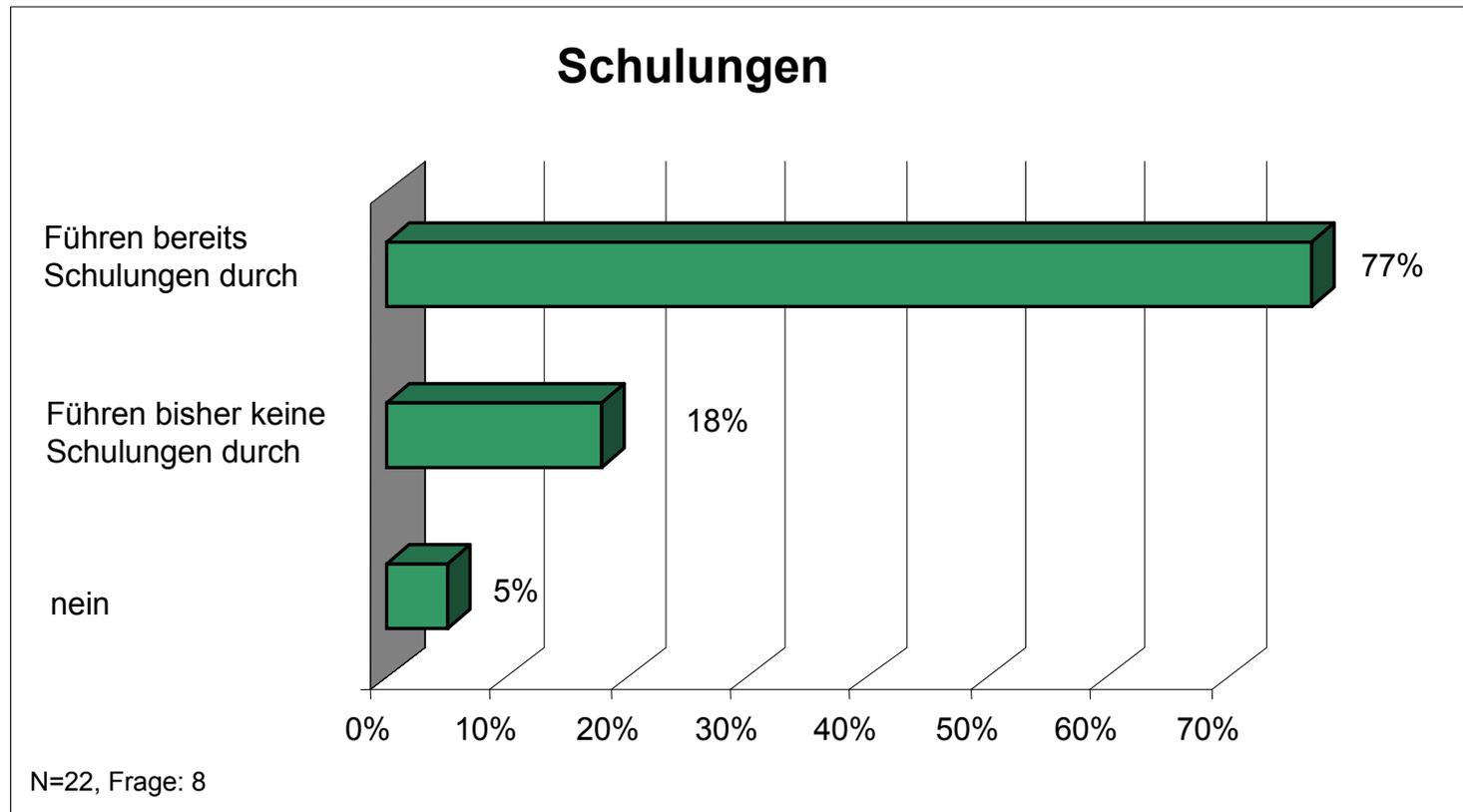


- **71%** führen **Kundenbefragungen** auf die besondere Präsentation nachhaltiger Produkte durch

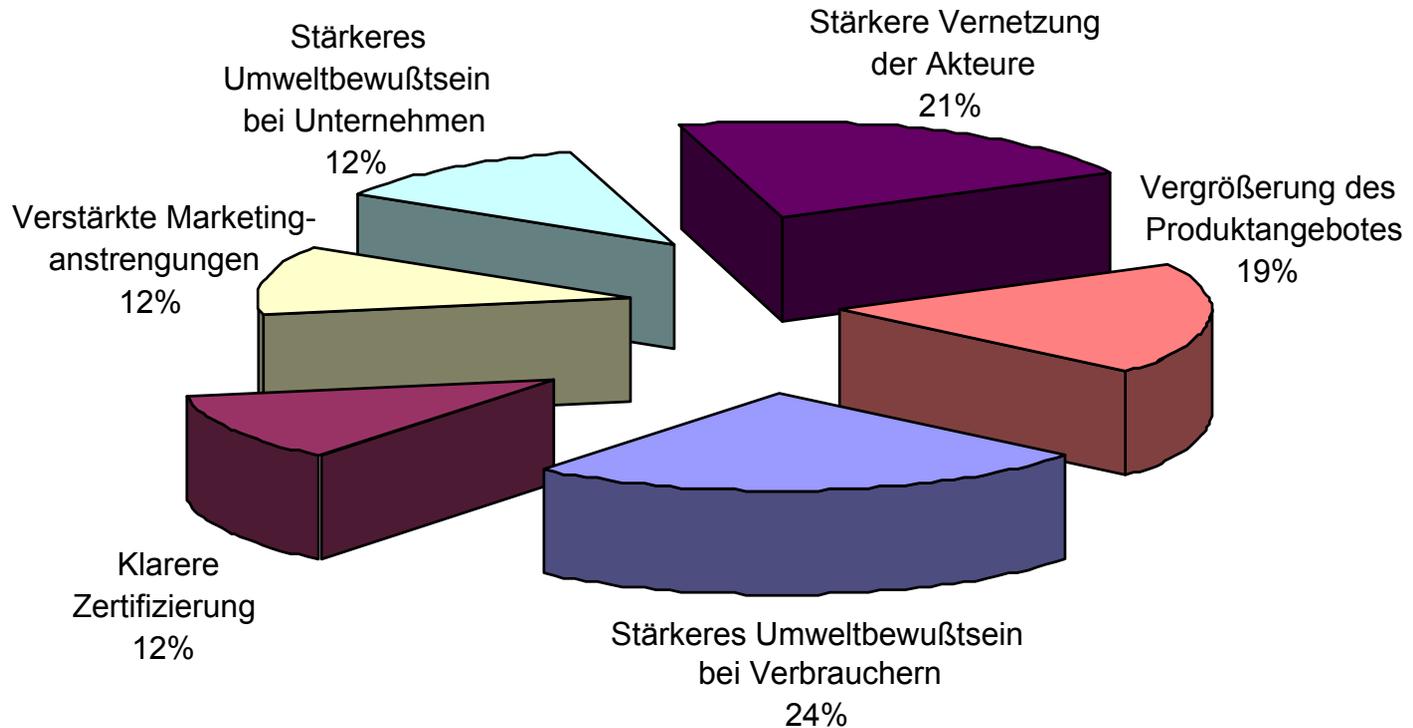




- 95% der Unternehmen halten Mitarbeiterschulungen zu den Vorteilen nachhaltiger Produkte für geeignet, um den Verkauf dieser Produkte zu fördern



## Handlungsfelder zur Förderung nachhaltiger Produkte



N=22, Frage 9

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

**Die Zusammenfassung der Umfragergebnisse  
finden Sie unter [www.nachhaltige-produkte.de](http://www.nachhaltige-produkte.de)**