

Zusammenfassung des Vortrags von Stefanie Schmidl, VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

Nachhaltige Produkte in der Unternehmenskommunikation - Ergebnisse einer Handelsbefragung

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. befragte bundesweit 57 marktrelevante Handelsunternehmen in den Branchen Bauen, Wohnen, Textilien und Bekleidung zu ihrem Angebot an Produkten mit einer besonderen ökologischen oder sozialen Qualität. Bei einer Rücklaufquote von 40,4 Prozent ergab die Handelsbefragung insgesamt, dass sich die Unternehmen in sehr unterschiedlicher Weise für die Förderung nachhaltiger Produkte engagieren. Während Versandhandel und Warenhäuser bereits über umfassende, meist positive Erfahrungen verfügen, steht der Textilbereich offenbar noch am Anfang. Inzwischen werden in fast allen Einzelhandelsunternehmen nachhaltige Produkte angeboten, die zu rund 90 Prozent zertifiziert sind. Am weitesten verbreitet sind nach Angaben der Händler Produkte mit dem Öko-Tex Standard 100 Siegel, dem FSC-Zeichen für Holz und dem Blauen Engel. Auffallend ist im Textilhandel eine Vielzahl unternehmensinterner Siegel. Nachhaltige Produkte werden mit einer Bandbreite verschiedener Marketingmaßnahmen vermarktet und weit über die Hälfte der befragten Handelshäuser geht davon aus, dass Maßnahmen zur Förderung nachhaltiger Produkte im eigenen Unternehmen künftig wichtiger sein werden als heute. Jedes achte Unternehmen räumt ein, dass ein Umweltbewusstsein im Unternehmen weiter zunehmen und die Marketingaktivitäten verstärkt werden müssen, um die Marktchancen umwelt- und sozialverträglicher Produkte zu verbessern.