

**Kontakt:**

IFH Institut für Handelsforschung GmbH  
Christina Fingerhut  
Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92  
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-99  
c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de



## **Nachhaltigkeit: Drogerien Top – Modebranche Flop**

*Aktuelle Auswertungen des CSR-Trackers des IFH Köln zeigen: Drogeriemärkte und die DIY-Branche schneiden in Sachen Nachhaltigkeit bei den Verbrauchern gut ab. Branchenübergreifend werden Alnatura, dm und Raiffeisen am nachhaltigsten wahrgenommen.*

**Köln, 04. Juli 2013** – Die neuen Ergebnisse des IFH-CSR-Trackers, der halbjährlich die Nachhaltigkeitswahrnehmung von Unternehmen in der Bevölkerung misst, stellen der Modebranche erneut ein schlechtes Zeugnis aus. Im Branchenvergleich schneiden Textilien, Mode und Schuhe mit 48,2 Indexpunkten deutlich schlechter ab als die Konkurrenz. Branchensieger der aktuellen Erhebung sind mit 62,5 Indexpunkten die Drogeriemärkte, die sich in allen sechs abgefragten Nachhaltigkeitsdimensionen deutlich von den anderen Branchen abheben können. Vor allem die Spitzenwerte von dm verhelfen der Branche zu ihrem klaren Vorsprung. Neben den Drogerien fällt auch die DIY-Branche positiv auf und landet mit 55,9 Punkten auf Platz zwei. Mit Ausnahme von Praktiker werden den untersuchten Bau- und Heimwerkermärkten hohe Nachhaltigkeitswerte zugeschrieben. „Obwohl die Bau- und Heimwerkermärkte in Sachen Nachhaltigkeit insgesamt gut bewertet werden, kann sich kein einzelnes Unternehmen besonders hervortun. Gerade hier besteht also noch die Chance zur Profilierung“, so Boris Hedde, Geschäftsführer des IFH Köln. Der Lebensmitteleinzelhandel landet wie auch in den vergangenen Erhebungen im unteren Mittelfeld. Dabei werden die Discounter von den 3.000 befragten Verbrauchern deutlich schlechter bewertet als die Vollsortimenter. Vor allem die schlechten Bewertungen der Discounter in der Dimension „Mitarbeiterbehandlung“ sind für das schwache Abschneiden der Branche verantwortlich.

### **Alnatura, dm und Raiffeisen belegen Spitzenplätze**

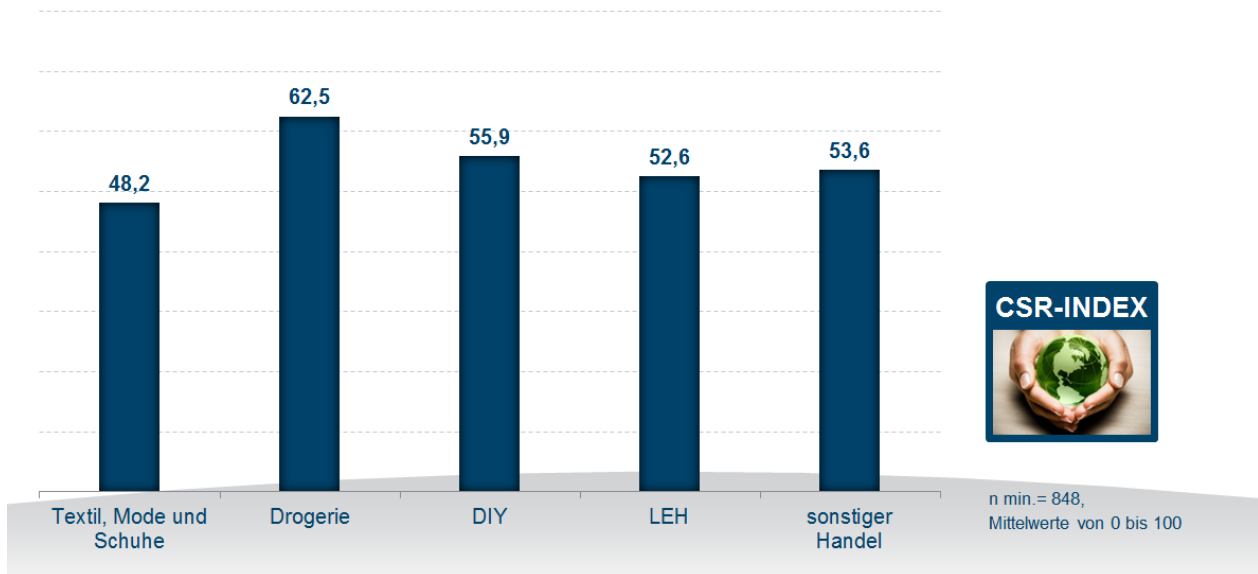
Der Blick auf die einzelnen abgefragten Unternehmen zeigt, dass Alnatura seinen Spitzenplatz verteidigen kann. Mit 71,7 von 100 möglichen Indexpunkten setzt sich der Lebensmittelhändler an die Spitze des LEH-Rankings und belegt auch branchenübergreifend Platz eins. Auch Branchenprimus dm und DIY-Sieger Raiffeisen schneiden bei der Einschätzung der Verbraucher überdurchschnittlich gut ab. Besonderen Nachholbedarf in Sachen CSR-Engagement bescheinigen die Konsumenten den Unternehmen Norma und KiK sowie den Online-Händlern Zalando und Mirapodo.

### **Mitarbeiterbehandlung und Transparenz sind Verbrauchern besonders wichtig**

Von den für den CSR-Tracker des IFH Köln betrachteten sechs CSR-Dimensionen ist die „Faire Mitarbeiterbehandlung“ für die befragten Konsumenten bei der Wahl ihrer Einkaufsstätte am wichtigsten. Neben dem guten Umgang mit den Mitarbeitern im Handel ist zudem die „Aufrichtigkeit bei der öffentlichen Information“ als Hygienefaktor in Sachen Nachhaltigkeit einzustufen. Erst mit etwas Abstand folgen die übrigen Dimensionen „Engagement für den Erhalt der Umwelt“, „Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Kultur“, „Soziale

und ökologische Werte im Produktangebot“ und „Fairness im Wettbewerb“. „Seit der ersten Erhebung im Mai 2011 rangiert das Thema Mitarbeiterbehandlung unter den Kriterien ganz oben. Das zeigt: Verbraucher reagieren hier nach wie vor sensibel und das Thema ist bei weitem keine Eintagsfliege“, so Hedde.

## CSR-Index im Branchenvergleich



Quelle: IFH Köln, 2013

Wörter der Meldung: 421

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.255

### Über den CSR-Tracker:

Der CSR-Tracker (CSR=Corporate Social Responsibility) ist eine regelmäßige halbjährlich Messung der Wahrnehmung von Einzelhändlern aus Sicht von n=3.000 Verbrauchern. Dabei werden die Händler in sechs Dimensionen des CSR beurteilt: Aufrichtigkeit der öffentlichen Information, Fairness im Wettbewerb, Verantwortung gegenüber Gesellschaft & Kultur, Engagement für den Erhalt der Umwelt, Mitarbeiter-Behandlung sowie soziale & ökologische Werte im Produktangebot. Neben dem Lebensmittelmitteleinzelhandel werden Drogerien, Baumärkte, Textil- und Versandhändler sowie sonstige Händler abgefragt.

[Weitere Informationen zum CSR-Tracker finden Sie auch hier im IFH-Shop.](#)

### Über das IFH Köln:

Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das IFH Köln seit 1929 fundierte Analysen und Strategieberatung für Handel und Konsum. Ob individuelle Fragestellungen oder bewährte Branchen-Insights – umfassende Datenbanken sowie maßgeschneiderte Projekte helfen, Managemententscheidungen vorzubereiten und abzusichern. Dabei greift das IFH Köln auf bewährte Methoden der Marktforschung und Strategieberatung zurück. Händler, Hersteller, Dienstleister, Verbände und öffentliche Institutionen vertrauen auf das IFH Köln als unabhängigen Partner. Die Kunden des IFH profitieren dabei von branchenspezifischer und praxisrelevanter Information, Forschung und Beratung in den dynamischen Feldern des stationären Handels. Die Online-Experten des E-Commerce-Center (ECC) Köln analysieren seit 1999 Fragestellungen rund um das Thema E-Commerce.