

## Pressemitteilung

Institut für Handelsforschung GmbH, Köln

### Entschuldigung, wo geht's hier zur Nachhaltigkeit?

Ökologische, ökonomische und soziale Aspekte prägen das Begriffsverständnis der Konsumenten zum Thema Nachhaltigkeit und sorgen damit für mehr Komplexität als die Transparenz brauchen kann.

*Köln, 21. Juli 2010.* **Während Bio- und Fairtrade-Produkte bereits seit einiger Zeit zum Standardsortiment in den Regalen der Supermärkte gehören und enorme Wachstumsraten verzeichnen, rückt in jüngster Zeit das Themenfeld „ganzheitliche Nachhaltigkeit“ zunehmend in den Fokus der öffentlichen Diskussion und somit auch des unternehmerischen Handelns. Doch was verstehen die Konsumenten unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“? Eine aktuelle Konsumentenbefragung des ECC Handel in Zusammenarbeit mit der Internet-Plattform [www.stayfair.de](http://www.stayfair.de) zeigt, dass das Verständnis der Konsumenten von Nachhaltigkeit weit über die bekannten Bio-Siegel hinausgeht. Vielmehr wird das Begriffsverständnis gleichermaßen durch ökologische, ökonomische und soziale Aspekte geprägt. Dabei assoziiert rund ein Drittel der Befragten mehr als 10 Aspekte mit dem Begriff Nachhaltigkeit.**

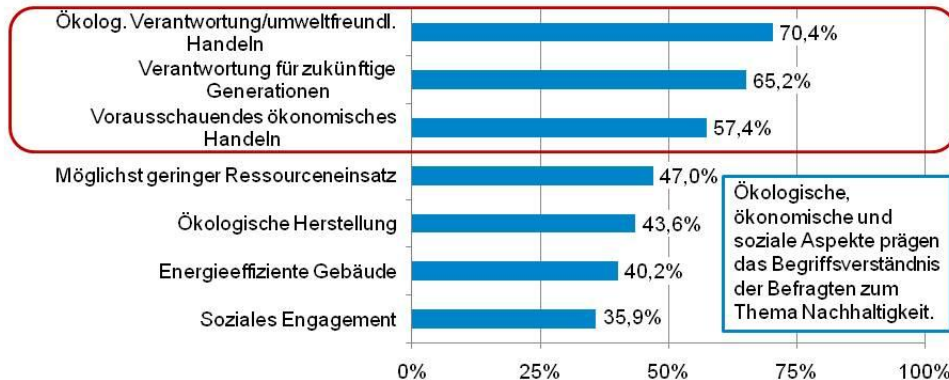
Nachhaltige Entwicklung heißt, Umweltgesichtspunkte gleichberechtigt mit sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu berücksichtigen. Ein Bio-Siegel allein verbindet nur rund 17 Prozent der Befragten mit dem Begriff Nachhaltigkeit. Ein Drittel der Befragten stuft mehr als 10 verschiedene Aspekte, wie bspw. soziales Engagement, Energieeffizienz, regionale Beschaffung sowie ein korrektes Verhalten gegenüber den Mitarbeitern, als zentrale Nachhaltigkeitsdimensionen ein. „Dies zeigt zum einen die Komplexität des Begriffs „Nachhaltigkeit“ auf und deutet zum anderen auf den daraus resultierenden hohen Informationsbedarf hin“, so der Geschäftsführer der Stayfair GmbH, Klaus Schuppert. Zukunftsfähig wirtschaften bedeutet also: Wir müssen unseren Kindern und Enkelkindern ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge hinterlassen. Das eine ist ohne das andere nicht zu haben.

Die Vielschichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit macht es den Konsumenten nahezu unmöglich, nachhaltig produzierte Produkte und nachhaltig arbeitende Handelsunternehmen eindeutig zu identifizieren. An diesem Punkt setzt das Bestreben der StayFair GmbH an, die den Konsumenten im Rahmen ihres Informationsangebotes auf der Internetplattform [www.stayfair.de](http://www.stayfair.de) eine Hilfestellung bei der Auswahl nachhaltig produzierter Waren und nachhaltig agierender Händler bieten möchte.

Ausgewählte Ergebnisse der Studie stehen kostenfrei zum Download auf der Website des ECC Handel bereit. Der vollständige Berichtsband mit sämtlichen warengruppen- und zielgruppenspezifischen Ergebnissen kann für 99 Euro über den Online-Shop des ECC Handel bezogen werden.

## Assoziationen mit dem Begriff „Nachhaltigkeit“ (1 von3)

INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GMBH



Frage: Welche Aspekte assoziieren Sie mit dem Begriff „Nachhaltigkeit“?

Lesbeispiel: 17,1% der Befragten assoziieren ein Bio-Siegel auf Produkten mit dem Begriff Nachhaltigkeit.

Basis: n = 615 | Mehrfachnennung möglich

11. Juni 2010 | Dr. K. Hudetz, Dipl.-Kffr. A. Eckstein | www.stayfair.de

14

### StayFair GmbH

StayFair.de ist die Plattform für Produkte, die über ihre Wertigkeit und nicht über den Preis verkauft werden sollen. Auf [www.stayfair.de](http://www.stayfair.de) können sich Verbraucher und Unternehmer über Waren und Dienstleistungen informieren, die eine besondere Prüfung und Zertifizierung in punkto Nachhaltigkeit erfahren haben. Da Nachhaltigkeit mehr als nur „grün“ ist, ist neben der ökologischen Verantwortung auch ethisches und nachhaltiges Unternehmertum für eine Präsenz auf StayFair wichtig. Der faire Umgang mit Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartner ist gleichermaßen Aufnahmekriterium wie ökologische Weitsicht. StayFair ermöglicht es so den Unternehmen ethisches Unternehmertum und Werte sichtbar und erlebbar zu machen; für Verbraucher werden Preise nachvollziehbar und verständlich. StayFair fördert darüber hinaus das Bewusstsein für regionale und saisonale Produkte. Alles in allem schafft StayFair eine Transparenz, die es erlaubt, nachhaltig fair zu sein, fair zu handeln und fair zu leben.

Ausführliche Informationen finden Sie unter: [www.stayfair.de](http://www.stayfair.de)

Das E-Commerce-Center Handel (ECC Handel)

Das ECC Handel ([www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)) wurde 1999 als Forschungs- und

---

Beratungsinitiative unter der Leitung der Institut für Handelsforschung GmbH ins Leben gerufen. Das Ziel ist es, insbesondere kleine und mittelständische Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce fundiert und neutral zu informieren. Individuelle Fragen zum E-Commerce von Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Institutionen beantwortet das ECC Handel im Rahmen von Auftragsprojekten. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel zudem in eigenen Studien untersucht. Es wird vom BMWi für spezifische Projekte gefördert und ist in das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) als Branchenkompetenzzentrum mit Themenfokus Handel eingebunden.

Ausführliche Informationen finden Sie unter: [www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)

Presseanfragen:

E-Commerce-Center Handel  
c/o Institut für Handelsforschung GmbH  
Aline Eckstein  
Dürener Str. 401 b, 50858 Köln  
Tel.: +49/221/943607-70  
E-Mail: [a.eckstein@ecc-handel.de](mailto:a.eckstein@ecc-handel.de)  
[www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)  
[www.e-KIX.de](http://www.e-KIX.de)