Bitkom e.V. | Presseinformation

Herkunft, Material, Ressourcenverbrauch - darüber informieren Händler

- **Jeweils drei Viertel der Händler teilen Informationen zu Zertifizierungen sowie Materialien und Inhaltsstoffen**
- **Mehrheit informiert zu Reparaturmöglichkeiten beziehungsweise Ersatzteilen**
- **Nur bei 16 Prozent finden sich Informationen zu Arbeitsbedingungen in der Herstellung**

Berlin, 22. März 2024 - Preis, Qualität oder Erfahrungswerte aber auch Herkunft, Material oder Ressourcenverbrauch – bei der Kaufentscheidung beziehen Kundinnen und Kunden ganz verschiedene Aspekte mit ein. Bereits drei Viertel der Handelsunternehmen (76 Prozent) stellen Informationen über anerkannte Zertifizierungen ihrer Produkte, zum Beispiel das Fairtrade-Siegel oder das EU Ecolabel zur Verfügung. Informationen zu Materialien und Inhaltsstoffen, insbesondere im Hinblick auf umweltfreundliche oder recycelte Materialien sowie Inhaltsstoffe tierischen Ursprungs bieten 74 Prozent der Händler in Deutschland an. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung unter 503 Handelsunternehmen in Deutschland ab 10 Beschäftigten im Auftrag des Digitalverbands Bitkom.

Bei über der Hälfte (55 Prozent) der Händler finden sich Informationen zur Reparaturfähigkeit der Produkte oder der Verfügbarkeit von Ersatzteilen. „Transparenz ist die Basis für bewusste Kaufentscheidungen. Kundinnen und Kunden erwarten heute zunehmend Informationen insbesondere hinsichtlich der Nachhaltigkeit im ökologischen Sinne, genauso wie hinsichtlich sozialer Aspekte im Herstellungsprozess“, sagt Nastassja Hofmann, Referentin Digitale Transformation beim Bitkom. „Mit Hilfe digitaler Technologien lassen sich im Online-Handel ohne großen Aufwand ausführliche Informationen zur Verfügung stellen. Aber auch stationäre Händler können durch digitale Anwendungen ihr Informationsangebot ausbauen, zum Beispiel indem sie weitere Informationen durch QR-Codes an Produkten oder Preisschildern abrufbar machen.“

Bei fast der Hälfte der Händler (48 Prozent) lassen sich Informationen zu Lieferung, wie zum Beispiel zu Emissionen von Lieferfahrzeugen oder Maßnahmen zur Bündelung von Bestellungen abrufen, bei 41 Prozent finden sich Informationen zur Herkunft verarbeiteter Materialien. Informationen zu Arbeitsbedingungen bei der Herstellung wie zum Beispiel faire Löhne, keine Kinderarbeit oder Gesundheitsschutz der Beschäftigten stellen hingegen nur 16 Prozent der Händler zur Verfügung. Bei 13 Prozent können Informationen zum Ressourcenverbrauch, wie Energie und Wasser oder dem Stromeinsatz aus erneuerbaren Energien in der Herstellung abgerufen werden. Informationen zu Verarbeitungsorten und Transportwegen der Produkte stellen nur 6 Prozent der Händler zur Verfügung. Hofmann: „Um ein hohes Maß an Transparenz zu erreichen, stehen Händler vor der Herausforderung, eine Vielzahl detaillierter Informationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zusammenzutragen und auszuwerten. Digitale Technologien spielen bei der Herstellung von Transparenz eine Schlüsselrolle.“

Kontakt

Marie Kreß
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-432
E-Mail: m.kress@bitkom.org

Nastassja Hofmann
Bereichsleiterin Retail & Proptech
Download Pressefoto

Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 503 Unternehmen aus Groß-, Einzel- und Kraftfahrzeughandel ab 10 Beschäftigten in Deutschland telefonisch befragt. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 25 bis KW 33 2023 statt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Fragestellung lautete: „Welche Informationen stellen Sie Kundinnen und Kunden zu Ihren Produkten zur Verfügung?“

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Retail-Herkunft-Material-Ressourcenverbrauch***