Kunden von Kik Co - sie wissen, was sie tun: Auch die Discounter-Kunden wissen um die Probleme der Textil-Herstellung

Kunden von Kik
 Co: Sie wissen, was sie tun: Auch die Discounter-Kunden wissen um die Probleme der Textil-Herstellung

Auf die Frage "Gibt es im Zusammenhang mit Bekleidungstextilien Dinge, von denen Sie sagen ?Das ist ein sehr oder ziemlich ernstes Problem?" nennen 61 Prozent aller 1.009 Befragten der bevölkerungsrepräsentativen Telefonumfrage vom Mai/Juni 2014 spontan "schlechte Arbeitsbedingungen in Textilfabriken". Unter den 269 Kunden von Textil-Discountern nennen dies 54 Prozent.
Ähnliches gilt für andere Problemthemen, z.B. bezüglich "Gesundheitsrisiken durch Schadstoffe": Insgesamt sind es 30, unter Discounter-Kunden 26 Prozent, die dieses Problem spontan nennen. Und spontan "keine Probleme" sehen unter Discounter-Kunden mit 23 Prozent nicht grundsätzlich mehr als unter allen Befragten (18 Prozent).
Darüber hinaus werden Textil-Discounter von ihren Kunden überwiegend kritisch beurteilt:
69 Prozent der Discounter-Kunden (79 Prozent insgesamt) glauben, dass Kik nur wenig/ungenügend für die sozial- und umweltverträgliche Herstellung und Schadstofffreiheit der Produkte sorgt. Sie sehen z.B. auch H
M (20 Prozent positiv, 34 negativ) unter diesem Aspekt kritisch. TRIGEMA gilt diesbezüglich auch für Discounter-Kunden als am besten.
Aber trotz des Bewusstseins um Missstände und Probleme bleibt ein Nachhaltigkeitsdruck von Verbraucherseite aus:
- Das Discounter-Geschäft hat unter Rana Plaza/Bangladesh nicht gelitten.
- Nur 17 Prozent der Befragten orientieren sich an einzelnen Gütezertifikaten. 36 Prozent kennen solche zwar, orientieren sich aber nicht daran. Je-dem Fünften sind solche unbekannt.
- 35 Prozent aller Befragten wären nicht bereit, für die zugesicherte sozial- und umweltverträgliche Herstellung und Schadstofffreiheit eines T-Shirts einen Mehrpreis zu zahlen. Unter Discounter-Kunden mit Monatseinkommen unter 1.000 EUR sind es 54 Prozent.
- Insgesamt liegt die geäußerte zusätzliche Preisbereitschaft bei 20 Prozent. Ob Anbieter mit dominanten Niedrigpreis-Strategien dies im Sinne einer Prämie für mehr Nachhaltigkeit aufgreifen, erscheint jedoch zweifelhaft.

Dr. Bernhard Rieder
Ri*QUESTA GmbH,
79331 Teningen,
Tel 07641 934336,
riquesta.rieder@t-online.de
  www.riquesta.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=573660" width="1" height="1">

Pressekontakt

Ri*QUESTA GmbH

79331 Teningen

Firmenkontakt

Ri*QUESTA GmbH

79331 Teningen

ZIELGRUPPENSTUDIEN - POTENZIAL- & RESONANZANALYSEN - BERATUNGDie einzigen Konstanten unter den Einfluss- und Erfolgsfaktoren in Ihrem Geschäftsfeld: Vielschichtigkeit und rascher Wandel. Auch Ereignisse auf vermeintlich branchenfernem Terrain können die strategischen und operativen Rahmenbedingungen binnen Tagesfrist grundlegend verändern. Dies stellt neue Anforderungen an Führung und Management - operativ, kommunikativ, nach innen und außen.Ri*QUESTA bietet Ihnen hierfür passgenaue Services. Damit Sie sich auf Ihre Ziel- und Interessengruppen richtig einstellen und erfolgreich handeln können.Diese sind nicht nur Kunden oder Verbraucher, nicht nur Mitarbeiter, nicht nur Aktionäre, nicht nur Wähler, nicht nur mehr oder weniger engagierter Teil ihres sozialen Umfelds. Und so wollen sie auch wahr- und ernst genommen werden. Darauf gründen Akzeptanz und Unterstützung für erfolgreiches Handeln.Ri*QUESTA bietet Ihnen hierfür den Kompass:Umfassendes Verständnis- der ganzheitlichen Rolle von Unternehmen und Organisationen (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) im Lichte gesellschaftspolitischer Ziele (SUSTAINABLE DEVELOPMENT),- sowie von Markenführung (BRANDING) und von Kommunikation als Katalysator für Ihren Erfolg (KOMMUNIKATIONSBERATUNG). Unsere exklusiven ZIELGRUPPENSTUDIEN und unsere TRENDSTUDIEN werden national und international in z.T. mehr als 20 Ländern geführt. Dieses Know-how nutzen Unternehmen, politische Akteure und Non-Profit-Organisationen. Regelmäßig und kosteneffizient.Ri*QUESTA - Zielgruppenforschung und Beratung, die in Ihren Kontext passt.