

Best/Worst Practice - Unternehmensnennungen

Als Teil der Umfrage wurden den KonsumentInnen die beiden folgenden Fragen gestellt. Die Unternehmen, die mindestens dreimal genannt wurden, wurden dann anschliessend mit einem eigenen Fragebogen angeschrieben. Mehr dazu finden Sie unter

<http://www.spirit.ch/wissen/konsum/>

30. Wo wir schon bei nachhaltiger Kommunikation sind: Fällt Ihnen eines oder mehrere Unternehmen/Produkte ein, die eine vorbildliche Kommunikation im Bereich der Nachhaltigkeit betreiben? (Offenes Textfeld)
31. Fallen Ihnen eines oder mehrere Unternehmen/Produkte ein, die eine wirklich schlechte Kommunikation im Bereich der Nachhaltigkeit betreiben? (Offenes Textfeld)

Anzahl Antworten	Frage 30 (pos.)	Frage 31 (neg)
Total	350 (65%)	287 (54%)
D	123	111
CH	201	159

Gew. (Gewichtet) = Antworten aus Deutschland wurden doppelt gewichtet, da nur die Hälfte der Antworten aus D. Antworten aus A/FL und andere wurden aufgrund der geringen Anzahl nicht separat ausgewertet, sind aber in Total und Gew. enthalten. Die Quadranten dienen zur Einteilung in Teilgruppen (siehe

<http://www.spirit.ch/wissen/konsum/unternehmen1.html>)

Unternehmen	Code	Total -	Total +	D -	D +	CH -	CH +	Gew- -	Gew. +	Quadrant
Aldi	UA1	19		6		13		25	0	4
Apple	UA3	3	1		1	2		3	2	1b
Adidas	UA4	7		4		2		11	0	4
Alnatura	UA5		8		7		1	0	15	2
Armed Angels	UA6		4		4			0	8	1a
BASF	UB1	2	7		7	2		2	14	2
BP	UB4	6		3		3		9	0	1b
BMW	UB5	3	3	3	3			6	6	1b
Baer Käse	UB8		5				5	0	5	1a
Coop	UC1	4	74			4	74	4	74	3

Resultate der Umfrage „Nachhaltigkeitskommunikation mit strategischen KonsumentInnen“

Credit Suisse	UC2	3				3		3	0	1b
Claro	UC3		6				6	0	6	1a
Coca-Cola	UC4	12		4		8		16	0	4
Delinat	UD1		5		1		4	0	6	1a
Deutsche Bahn	UD2	5	1	3	1	1		8	2	1b
D. Telekom	UD3	6		6				12	0	4
Demeter	UD4		10		5		5	0	15	2
Denner	UD5	5				5		5	0	4
Deutsche Bank	UD6	3		2				5	0	1b
Dell	UD7	4		2		2		6	0	1b
dm - Drogerie	UD8		8		8			0	16	2
E.ON	UE1	11		9		1		20	0	4
EWZ	UE3		3				3	0	3	1a
Frosch	UF1		6		4		1	0	10	1a
Greenpeace	UG1		17		7		10	0	24	2
Gepa	UG5		5		4			0	9	1a
Grüne Erde	UG6		3		1			0	4	1a
H&M	UH1	6	1	4		2		10	1	4
Henkel	UH2	2	4	2	3			4	7	1b
Held	UH3		3				3	0	3	1a
Hess Natur	UH4		18		12		4	0	30	2
Hipp	UH5		8		5		3	0	13	2
IKEA	UI1		6		4		2	0	10	1a
KIK	UK1	4		3				7	0	1b
Lidl	UL1	15		9		6		24	0	4
Mc Donald's	UM1	5	3	3		1	3	8	3	1a
Memo	UM2		10		9		1	0	19	2b
Mercedes	UM3	4	2	3	1	1	1	7	3	1b
Migros	UM4	7	59	3		4	58	10	59	3
Müller-Milch	UM5	5		5				10	0	4
Max Havelaar	UM6		36				36	0	36	2
Nestlé	UN1	26	8	6		18	7	32	8	4
N. Lammsbräu	UN2		3		3			0	6	1a
Nike	UN3	7	1	3	1	1		10	2	1b
Novartis	UN4	5	3			5	2	5	3	4
Nokia	UN5	3		2		1		5	0	1b
Otto Versand	UO1	1	10	1	10			2	20	2
Porsche	UP1	3		1		2		4	0	1b
Patagonia	UP2		2		2			0	4	1a
REWE	UR1	1	2	1				2	2	1a
Rapunzel	UR2		8		6		2	0	14	2

Roche	UR3	2	1			2	1	2	1	1b
Ritter Sport	UR4	1	3	1	3			2	6	1a
RWE	UR5	7		6				13	0	4
Red Bull	UR6	3		1		2		4	0	1b
Shell	US1	10		6		3		16	0	4
Switcher	US2		21				21	0	21	2
Siemens	US3	4	2	2	2	1		6	4	1b
Sonnentor	US4		3		2		1	0	5	1a
Tchibo	UT1	6	3	3	2	2		9	5	1b
The Body Shop	UT2		7		4		3	0	11	1a
UBS	UU1	7	1			7	1	7	1	4
Unilever	UU2	5		2		2		7	0	1b
VW	UV1	3	2	3			1	6	2	1b
Vattenfall	UV2	5		4				9	0	4
Weleda	UW1		18		12		5	0	30	2
Wala /Hauschka	UW2		8		8			0	16	2
WWF	UW3		12				12	0	12	2
Waschbär	UW4		4		4			0	8	1a
3. Weltladen	UW5		4		2		1	0	6	1a
Summe		240	442	116	148	106	277	356	590	
Arith. Mittel		5.9	8.8	3.5	4.5	3.7	9.2	5.1	8.4	

Ranglisten

Anzahl Nennungen + / - Jeweils die ersten 5 Plätze

Gesamt+

Coop	74
Migros	59
Max Havelaar	35
Switcher	21
Hess Natur	18
Weleda	18

Gesamt-

Nestlé	26
Aldi	19
Lidl	15
Coca-Cola	12
Shell	10

Gew.+

Coop	74
Migros	59
Max Havelaar	35
Weleda	30
Hess Natur	30

Gew.-

Nestlé	32
Aldi	25
Lidl	24
E.ON	20
Coca-Cola	16
Shell	16

D+

Hess Natur	12
Weleda	12
Otto	10
Memo	9
Greenpeace	7

D-

Lidl	9
E.ON	9
Aldi	6
D. Telekom	6
Nestlé	6
Shell	6
RWE	6

CH+

Coop	74
Migros	58
Max Havelaar	35
Switcher	21
WWF	12

CH-

Nestlé	18
Aldi	13
Coca-Cola	8
UBS	7
Lidl	6