



PRESSEMITTEILUNG

08.08.2016

Drogerie Nachhaltigkeits-Ranking 2016: Kein Händler empfehlenswert

Rank a Brand hat mit Budnikowsky, dm-drogerie, Douglas, Müller und Rossmann erstmals Drogerien bezüglich ihrer Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sowie fairen Handelspraktiken untersucht. Keiner der Händler kann bisher als empfehlenswert eingestuft werden.

Auf einer Skala von A ('Top-Marke') bis E ('nicht empfehlenswert') wurden die fünf Händler jeweils mit einem D-Label bewertet. Alle Drogerien werden somit als 'kaum empfehlenswert' eingestuft. dm-drogerie führt das Ranking dennoch leicht an. Douglas und Rossmann teilen sich hingegen den gemeinsamen letzten Platz.

Transparenz / Berichterstattung

Die untersuchten Drogerien weisen keine überzeugende Berichterstattung zur Unternehmensverantwortung auf. Alle fünf Händler adressieren das Thema Nachhaltigkeit durchaus auf ihren Webseiten. Eine strukturierte, jährliche Nachhaltigkeitsberichterstattung ist allerdings bei keinem Händler ersichtlich. Drogerien wie dm-drogerie oder Budnikowsky besitzen zwar einen guten Ruf in Sachen Nachhaltigkeit. Aussagekräftige Nachweise liefern sie dafür in der bisherigen Form jedoch kaum. Unternehmen aus ähnlichen Branchen, wie Lebensmitteleinzelhändler oder Hersteller von Kosmetik- und Pflegeprodukten, sind hier mitunter bereits ein deutliches Stück weiter.

Klimaschutz

Alle Drogerien berichten, dass sie sich für den Klimaschutz einsetzen. Getroffene Maßnahmen im eigenen Geschäftsbetrieb zielen dabei insbesondere auf Energieeffizienz, Logistik sowie den Bezug und die Erzeugung erneuerbarer Energie ab. So machen Budnikowsky und dm-drogerie deutlich, dass die verbrauchte Energie für Elektrizität ausschließlich aus erneuerbaren Quellen gewonnen wird.

Eine Klimabilanz, die zumindest den eigenen Geschäftsbetrieb umfasst, veröffentlicht jedoch kein Händler. Ob die getroffenen Maßnahmen über die Jahre wirksam gewesen sind ist somit nicht ersichtlich. Wegen der fehlenden Bilanzierung zu den ausgestoßenen Klima-Emissionen verwundert es in der Folge auch nicht, dass keines der untersuchten Unternehmen messbare Klimaschutzziele kommuniziert - sagt Mario Dziamski, Gründer von Rank a Brand - Deutschland.

Umweltschutz

Die fünf untersuchten Drogerien führen jeweils Naturkosmetik sowie bio-zertifizierte Lebensmittel im Sortiment und bieten für den nachhaltigen Einkauf somit einige gute Optionen. Den tatsächlichen Anteil nachhaltigerer Produkte am Gesamtsortiment macht allerdings keines der untersuchten Unternehmen deutlich. Somit wird kaum ersichtlich, wie sehr Kriterien zur Nachhaltigkeit bei der Sortimentsgestaltung wirklich von Bedeutung sind.

Umfassende Angaben zur Umweltfreundlichkeit der Eigenmarken im Kosmetikbereich macht ebenfalls kein Händler. Einzig Budnikowsky und dm-drogerie kommunizieren zumindest, dass keine Tierversuche bei den Eigenmarkenprodukten durchgeführt werden. Budnikowsky

berichtet darüber hinaus, dass die Eigenmarken im Kosmetikbereich mikroplastikfrei sind. Alle untersuchten Drogerien führen zudem eine eigene Naturkosmetiklinie. Ob jedoch Maßnahmen getroffen werden, um Schadstoffe wie Parabene oder erdölbasierte Inhaltsstoffe aus allen Kosmetikprodukten der Eigenmarken zu entfernen, verdeutlicht hingegen kein Händler.

In Bezug auf Themen zur Ressourceneffizienz überzeugen die untersuchten Drogerien ebenso wenig. Die von der Deutschen Umwelthilfe (DUH) am 5. August veröffentlichte Studie „Weniger ist mehr: Ressourceneffizienz im europäischen Drogeriehandel“ stützt sich auf die Untersuchungsergebnisse von Rank a Brand und verdeutlicht dies wie folgt: „durch das Angebot an Einwegplastikflaschen, Toilettenpapieren aus Neufasern oder nicht komprimierten Deodorants, verschwenden Drogerien massenhaft wertvolle Rohstoffe und lassen die Abfallberge weiter anwachsen. Gleichzeitig werden keine Daten zum Ressourcenverbrauch des Produktsortiments veröffentlicht und Ziele, den Materialeinsatz zu verringern, nicht festgelegt.“

Fairer Handel

Die Berichterstattung zu Themen des fairen Handels der angebotenen Produkte ist, im Vergleich zu Umwelt- und Klimaschutzthemen, sogar noch spärlicher ausgeprägt. Fair Trade zertifizierte Markenprodukte können zwar beispielsweise bei dm-drogerie und Müller in sämtlichen Produktkategorien wie Lebensmittel, Kosmetik oder Textilien erworben werden. Bisher kann jedoch keines der untersuchten Unternehmen mit einer konkreten Strategie bezüglich einer sozial verantwortlichen Sortimentsgestaltung überzeugen.

Darüber hinaus werden die Drogerien kaum dahingehend deutlich, ob Inhaltsstoffe wie Palm- und Kokosnussöl, Carnaubawachs, Shea- und Kakaobutter für die Kosmetikeigenmarken sozial verantwortlich produziert werden. Gleiches gilt zudem für den Abbau von Mineralien wie Mica. Mit zumindest einigen Informationen zu verantwortungsvollen Beschaffungsmaßnahmen von Sheabutter und Palmöl kann dm-drogerie bei diesem Thema bereits als fortschrittlichste Drogerie hervorgehoben werden. Die bisher dargelegten Resultate sind jedoch auch bei dm-drogerie noch nicht überzeugend.

Über Rank a Brand

Rank a Brand ist eine Initiative, die in Deutschland und den Niederlanden aktiv ist. Ziel ist es zu sensibilisieren: Markenhersteller für Unternehmensverantwortung und Transparenz, Verbraucher für Nachhaltigkeit im Konsum und ihre Einflusskraft. Aktuell sind Rankings zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit von über 750 Verbrauchermarken aus 27 Branchen (z.B. Lebensmittel, Kleidung, Körperpflege oder Elektronik) auf www.rankabrand.de veröffentlicht.

In die Untersuchungen werden veröffentlichte Informationen und Kennzahlen der Markenhersteller selbst, sowie dritter Akteure wie CDP, WWF oder FLO-Cert einbezogen. Rank a Brand Druck leistet ein Beitrag für mehr unternehmerische Nachhaltigkeit sowie eine transparente Berichterstattung zur Nachhaltigkeit. Weitere Informationen zur Methodik und dem Ansatz von Rank a Brand sind hier veröffentlicht: www.rankabrand.de/home/was-wir-tun / www.rankabrand.de/home/Methodik

Link zu den Drogerie-Rankings: <http://rankabrand.de/drogerien>

Link zur DUH -Studie „Weniger ist mehr: Ressourceneffizienz im europäischen Drogeriehandel“: <http://bit.ly/2aFZq7b>

PRESSEKONTAKT:

Mario Dziamski, Vorstand Rank a Brand e.V.

E-Mail: mario.dziamski@rankabrand.de

Rank a Brand e.V.

Gneisenaustraße 30

10961 Berlin

www.rankabrand.de