

Finger weg vom Greenwashing – mydealz-Umfrage zeigt die Bedeutung ernstgemeinter Nachhaltigkeitsstrategien für Unternehmen

Berlin, 15. Oktober – Von Fair-Trade-Schokolade über vegane Sneaker bis hin zum Recycling-Papier – nachhaltige Produkte und Marken liegen derzeit voll im Trend. Doch welche Konsumenten lassen sich beim Kauf von Produkten wirklich vom Nachhaltigkeitsaspekt beeinflussen? Um dies zu erfahren, hat mydealz eine Umfrage unter 4.000 Verbrauchern durchgeführt. Ein zentrales Ergebnis: Nachhaltigkeit spielt vor allem für Jüngere eine Rolle für die Kaufentscheidung. Sie muss zudem ernst gemeint sein und gelebt werden. Unternehmen sollten tunlichst von plakativen Kampagnen absehen.

Aber mal genauer hingeschaut: Dass Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema ist, da sind sich immerhin bereits 84 Prozent der Befragten einig. Bei der Frage, ob wir dafür langfristig unsere Lebensweise ändern müssen, zeigen sich jedoch schon deutlichere Unterschiede: So sind 91 Prozent der Jüngeren fest davon überzeugt im Gegensatz zu nur 71 Prozent der Befragten über 65 Jahren. Auch zwischen Männern und Frauen gibt es Unterschiede und es wird deutlich, dass sich Frauen mit 63 Prozent etwa doppelt so häufig wie Männer (37 Prozent) für den bewussten Einkauf von Bio- und Fair-Trade-Produkte entscheiden. Dabei achten Menschen mittleren Alters am stärksten darauf – wahrscheinlich, weil sie über das nötige Budget verfügen und den Einkauf für die ganze Familie übernehmen. Jüngeren sind die Produkte möglicherweise zu teuer, wohingegen Älteren das Thema weniger wichtig ist. Unterm Strich lässt sich im Durchschnitt über alle Gruppen hinweg jedoch zumindest die Tendenz erkennen, das Kaufverhalten in Richtung Bio- und Fair-Trade-Produkte (58 Prozent) auszurichten.

Nachhaltigkeit darf ihren Preis haben

Jeder zweite Verbraucher informiert sich vor dem Kauf, wie nachhaltig ein Produkt hergestellt wird. Dafür sind 48 Prozent der Befragten bei gleicher Qualität sogar bereit, mehr Geld für nachhaltige Produkte auszugeben – in den meisten Altersgruppen bis zu einem Aufpreis von 20 Prozent, bei Jüngeren sogar 23 Prozent. Doch auf Qualität möchte kaum einer verzichten: Insgesamt gaben durchschnittlich nur 16 Prozent an, dass sie zugunsten von Nachhaltigkeit auf Qualität verzichten würden.

Mit oberflächlichen Aktionen können Händler kaum beim Verbraucher landen

Aber nicht nur die Produkte an sich, sondern auch die Lieferung und die Kommunikation der Unternehmen spielen eine Rolle: So kaufen zwar 63 Prozent der Befragten eher online ein als im stationären Handel. Um aber Transportwege und damit CO₂-Emissionen zu verringern, achten 35 Prozent der Befragten darauf, dass die Produkte aus Deutschland versendet werden. 17 Prozent legen zusätzlich Wert darauf, dass die Hersteller auch in Deutschland produzieren – und zwar klimaneutral. 47 Prozent aller Verbraucher lassen sich aber nicht durch plakative Aktionen wie das Pflanzen eines Baums oder Spenden für den Regenwald in ihrem Kaufverhalten beeinflussen. Diese Skepsis gegen über möglichem Greenwashing von Unternehmen wird gestützt durch die Aussage „Wie ernst es Unternehmen mit dem Umweltschutz meinen, ist von Unternehmen zu Unternehmen verschieden“, der 60 Prozent zustimmen.

--

Hinweis zur Methodik

Die oben genannten Aussagen sind das Ergebnis einer Umfrage, die das Verbraucherforum mydealz in der Zeit vom 15. bis zum 23. September mithilfe des Marktforschungsdiensts Survey Monkey durchgeführt hat. Teilgenommen haben insgesamt 4.000 Deutsche. Befragt wurden die Teilnehmer nach ihrer persönlichen Einstellung zum Thema Nachhaltigkeit sowie ihrem Kaufverhalten.



Part of  **Pepper**

mydealz