



Nachhaltigkeit ist das Thema des 21. Jahrhunderts. Alle reden darüber, Politik, Gesellschaft oder Wirtschaft. Als aktive und leidenschaftliche Nachhaltigkeitstreiberin hat mich deshalb interessiert, wie die einzelnen Bürger:innen über das Thema tatsächlich denken. Deshalb haben wir, von Zukunft des Einkaufens, gemeinsam mit Bonial eine Online-Umfrage durchgeführt.

Politischer Rahmen

Die **Europäische Union** hat sich im **Pariser Klimaabkommen** darauf geeinigt, bis zum Jahr 2050 klimaneutral zu sein. Um dieses Ziel zu erreichen wurde/wird viel getan:

Umstieg auf alternative Brennstoffe im Automobilbereich

Einführung von CO2 Zertifikaten

Recht auf Reparatur bei Nonfood Produkten

und vieles mehr...

Die **deutsche Nachhaltigkeitsstrategie** umfasst 391 Seiten! Aber durch einen regulatorischen Rahmen alleine wird die EU das Ziel nicht erreichen können. Insbesondere wir, die Verbraucher:innen, brauchen ein Bewusstsein für nachhaltigen Konsum.

Ergebnisse der Umfrage

Bonial hat über 1.000 Probanden unterschiedlichster Altersklassen und Berufsbilder zum Thema **Nachhaltigkeit** im Allgemeinen, sowie **Lebensmittelverschwendung** und **Mülltrennung** im Besonderen mit folgendem Ergebnis befragt:

83% gaben an, sich (sehr) für Nachhaltigkeit zu interessieren

65% sagen, dass sie in den letzten Jahren (noch) stärker auf umweltbewusstes Handeln achten

67% ist es wichtig, dass Händler:innen und Marken Wert auf Nachhaltigkeit legen

54% sind bereit, sich für mehr Klimaschutz selbst einzuschränken

91% achten beim Kauf von Lebensmitteln auf wenig Verpackungsmüll

85% auf Regionalität sowie Saisonalität

96% sind der Meinung, dass etwas gegen die Lebensmittelverschwendung in Deutschland gemacht werden sollte von u. a. Supermärkten, Händler:innen, privaten Haushalten und der Politik

78% trennen ihren Müll sehr strikt, 19% zum Teil und nur 3% gar nicht

Die Online-Umfrage wurde von Bonial durchgeführt:

<https://www.bonial.com/de/>

Validität von Umfragen zum Thema Nachhaltigkeit

Umfragen in entsprechender Größenordnung geben uns eine grobe Einschätzung darüber, was die Verbraucher:innen zum Thema Nachhaltigkeit denken. Zu beachten ist allerdings, dass insbesondere Umfragen zur Nachhaltigkeit von einigen Proband:innen auch ein gewünschtes Verhalten widerspiegeln können. Sprich das „gesprochene Wort“ kann von den „tatsächlichen Handlungen“ im Alltag abweichen.

Aktives Handeln

Das Thema Nachhaltigkeit ist mit einigen **Herausforderungen** verbunden. Die

Transformation wird nur gelingen, wenn alle Menschen der Erde auf das selbe Ziel hinarbeiten.

Meiner Erfahrung nach gibt es jedoch viele Menschen, welche erwarten, dass die **Politik** oder die **Wirtschaft** aktiv wird. Sich selbst sehen sie nicht in der Pflicht entsprechend zu handeln.

Als einzelne Person fragt man sich oft, was kann ich schon ausrichten. Was hilft es, wenn ich keine Einwegprodukte mehr kaufe oder ich der/die Einzige bin, der/die regionale Bio-Produkte kauft?

Und genau darin liegt das **Dilemma**. Nachhaltigkeit erfordert **aktives Handeln** von jedem Einzelnen. Würde jeder Einzelne regionale-Bio Produkte kaufen oder auf Einwegprodukte verzichten, wäre schon viel geschafft.

Konkrete Möglichkeiten

Lassen Sie uns nicht nur über Nachhaltigkeit sprechen, sondern entsprechend Handeln. Sowohl als Einzelperson, aber auch als Händler:in können Sie viel leisten

Alltag

- regionale Bio-Produkte kaufen
- Glasflaschen, anstelle Plastikflaschen kaufen
- konsequente Mülltrennung
- ÖPNV und Fahrrad nutzen für Kurzstrecken
- gut Erhaltenes verschenken
- nur soviel Lebensmittel einkaufen, wie verarbeitet werden können
- Non-Food Produkte solange einsetzen, wie sie funktionieren
- kurzes Duschen, anstelle langes Baden
- Langstrecken mit dem Zug zurücklegen
- usw.

Büro

papierlos arbeiten
Drucker abschaffen
Fuhrpark auf Antriebsmöglichkeiten aus erneuerbaren Energien umstellen
das Dach des Bürogebäudes mit Solar ausstatten
keine Pappbecher mehr an Wasserspendern
Treppe anstelle Aufzug verwenden
Dienstreisen mit der Bahn machen
Homeoffice konsequent umsetzen
Ideen von Mitarbeiter:innen einholen und aktiv einbinden
usw.

Fazit

Der **Klimawandel** hat viel verändert. Anhaltende **Hitzewellen** haben zu **Trockenheit** und sinnflutartiger Regen zu **Überflutungen** geführt. Ernten wurden zerstört und haben in regionalen Teilen zu **Lebensmittelknappheit** geführt. Und das sind nur wenige Beispiele von vielen.

Es ist Zeit zu handeln, um den Klimawandel aufzuhalten und auch nachfolgenden Generationen ein gutes Leben auf der Erde zu ermöglichen. Machen Sie mit!



Christine Mengelée

Autorin bei Zukunft des Einkaufens
Nachhaltigkeitstreiberin

Ausbildung:

Bankkauffrau
Diplom-Betriebswirtin
M. Sc. Umweltwissenschaften (Ifd.)

Kontaktmöglichkeit:

www.greenfairworld.com
christine@greenfairworld.com
[Christine Mengelée](#) | [LinkedIn](#)