



88 Prozent der Befragten attestieren zwar, dass sich bei Händlern und Marken in den letzten Jahren schon etwas getan hat, davon finden jedoch deutlich über die Hälfte (56 %), dass dies noch zu wenig sei. Knapp die Hälfte der Befragten (49 %) ist bereit, mehr Geld für Produkte zu zahlen, wenn diese nachhaltiger sind.

Neben den Unternehmen sehen die Befragten gleichfalls die Politik in der Verantwortung: 69 Prozent fordern von der neugewählten Regierung, das Thema Umwelt- und Klimaschutz verstärkt anzugehen.

Das Thema Nachhaltigkeit schlägt sich auch unmittelbar auf die Kaufentscheidungen nieder:

So sagen 89 Prozent, dass das wichtigste Kriterium beim Kauf von Lebensmitteln sei, möglichst wenig Verpackungsmüll zu verursachen.

Regionalität ist hier ebenfalls relevant und der zweitwichtigste Faktor (83 %).

Überraschend: Erst an dritter Stelle (76 %) kommt ein günstiger Preis für die Lebensmittel.

Bei diesen Produkten wird besonders darauf geachtet, ob sie regional, nachhaltig, fair oder bio sind:

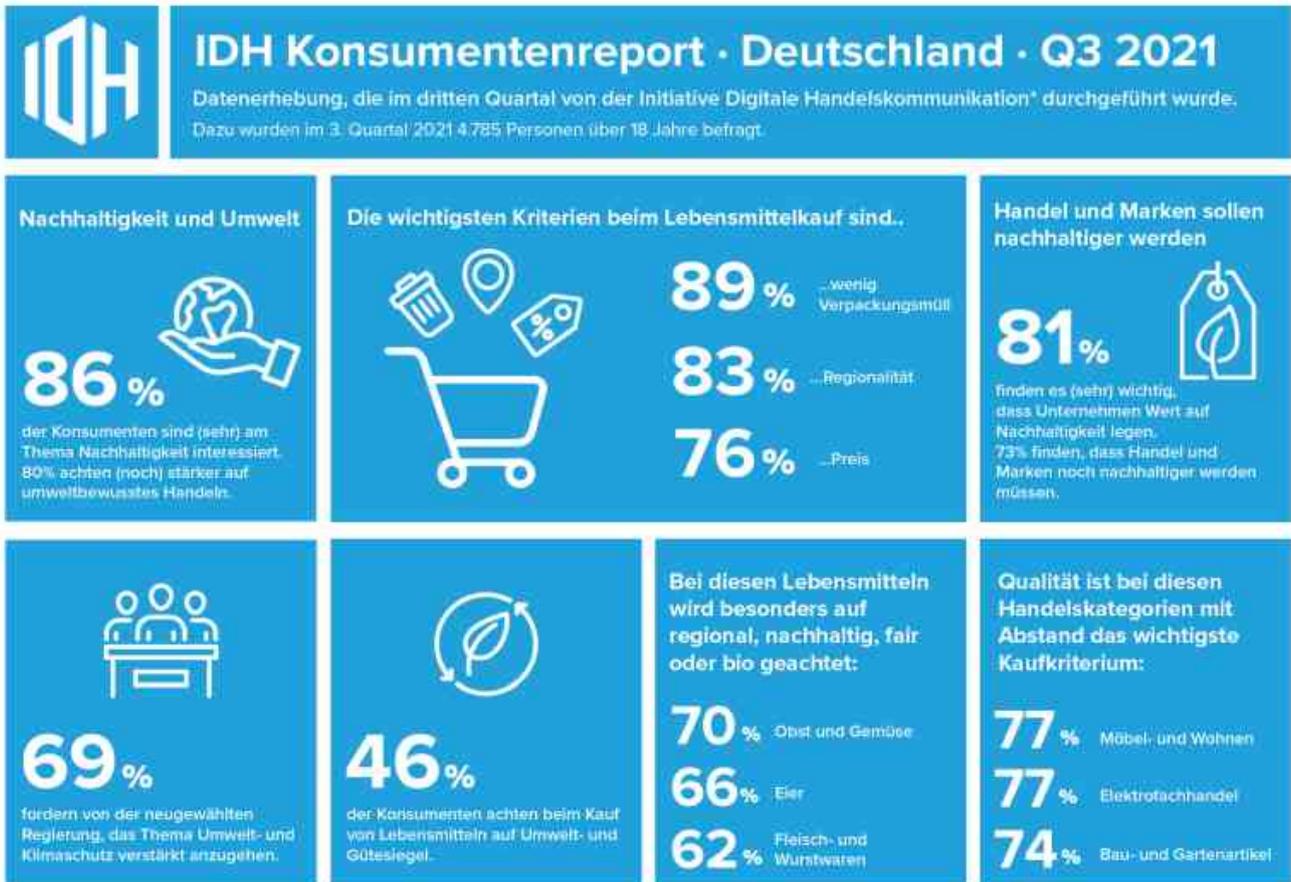
Obst und Gemüse (70 %),

Eier (66 %) und

Fleisch- und Wurstwaren (62 %).

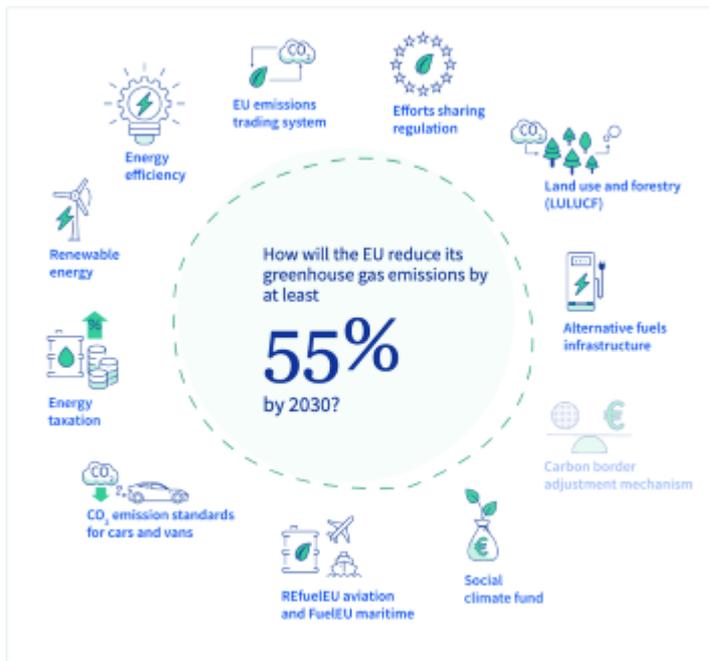
Außerdem achtet fast die Hälfte der Konsumierenden (46 %) generell auf Umwelt- und Gütesiegel. Bei Produktkategorien wie Bau und Garten, Möbel und Wohnaccessoires oder Elektro ist Qualität der wichtigste Faktor bei der Kaufentscheidung. Preis, Nachhaltigkeit und Marke treten hier in den Hintergrund.

Über die Befragung laut IDH: Es wurden deutschlandweit 4.785 Personen ab 18 Jahren befragt.



\*Die offene Initiative Digitale Handelskommunikation wurde von der Bonial International GmbH, der markt guru Deutschland GmbH und der Offensta Group GmbH initiiert.

Mehr zum Thema Nachhaltigkeit:



## Neues CO<sub>2</sub>-Grenzausgleichssystem gegen den Wettbewerbsdruck

### Nachhaltigkeit



## Sie kommt, die EU-Verordnung „Entwaldungsfreie Lieferketten“

### Nachhaltigkeit



Steht Nachhaltigkeit im Trend trotz der Krisen?

Allgemein, Nachhaltigkeit



Nachhaltigkeit beeinflusst die Kaufentscheidung der Shopper:innen

Allgemein, Nachhaltigkeit



[Advertorial] Nachhaltige Kerzen im Einzelhandel

Nachhaltigkeit



## Noch eine Zeitenwende: Muss sich der Bio Fachhandel neu aufstellen?

### Nachhaltigkeit



## Der Handel als Dreh- und Angelpunkt in der Nachhaltigkeit

### Nachhaltigkeit

The advertisement features the 'Buddies' logo at the top left, which includes a stylized bird and a whale. The main headline reads 'PLASTIC BOTTLES' in large blue letters, flanked by recycling symbols and images of plastic bottles. Below this is a photograph of five colorful plush toys (a grey whale, a green turtle, a white duck, a grey seal, and a blue whale) on a sandy beach, with a box labeled 'Shore Buddies' behind them. The bottom section, titled 'The Shore Buddies Process', illustrates the five-step recycling process: 1. 6 plastic bottles, 2. bottles are collected and sent to our factory, 3. bottles are shredded into pellets, 4. pellets are melted and spun into yarn, and 5. the yarn is used to make plush toys.

[Advertorial] Kunststoff ist gleichzeitig Fluch und Segen ...

Nachhaltigkeit



Inside Aldi: Werbesprecher im Realitätscheck

Nachhaltigkeit