

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:



Die Suche nach der Nadel im Heuhaufen hat begonnen...

Nachhaltigkeit



3 in 1: Die Kundschaft glücklich machen, Umwelt schonen und Kosten sparen

Nachhaltigkeit



Hat Wasserstoff in Nordrhein-Westfalen Potenzial?

Nachhaltigkeit



Nachhaltigkeit als Einkaufskriterium im Handel

Allgemein, Nachhaltigkeit



BIRKENSPANNER – Ein nachhaltiges Unternehmen mit „Glitzer“

Nachhaltigkeit



Viel Geschmack ohne Plastik!

Interview mit „GerneOhne“ – das Start-up in der Nachhaltigkeitsszene

Nachhaltigkeit



Nachhaltigkeit oder Greenwashing - der Schein kann trügen

Nachhaltigkeit



Aufgepasst! Das „Recht auf Reparatur“ kommt

Nachhaltigkeit



9 Gründe warum es sich lohnt, in Bäume zu investieren

Nachhaltigkeit