

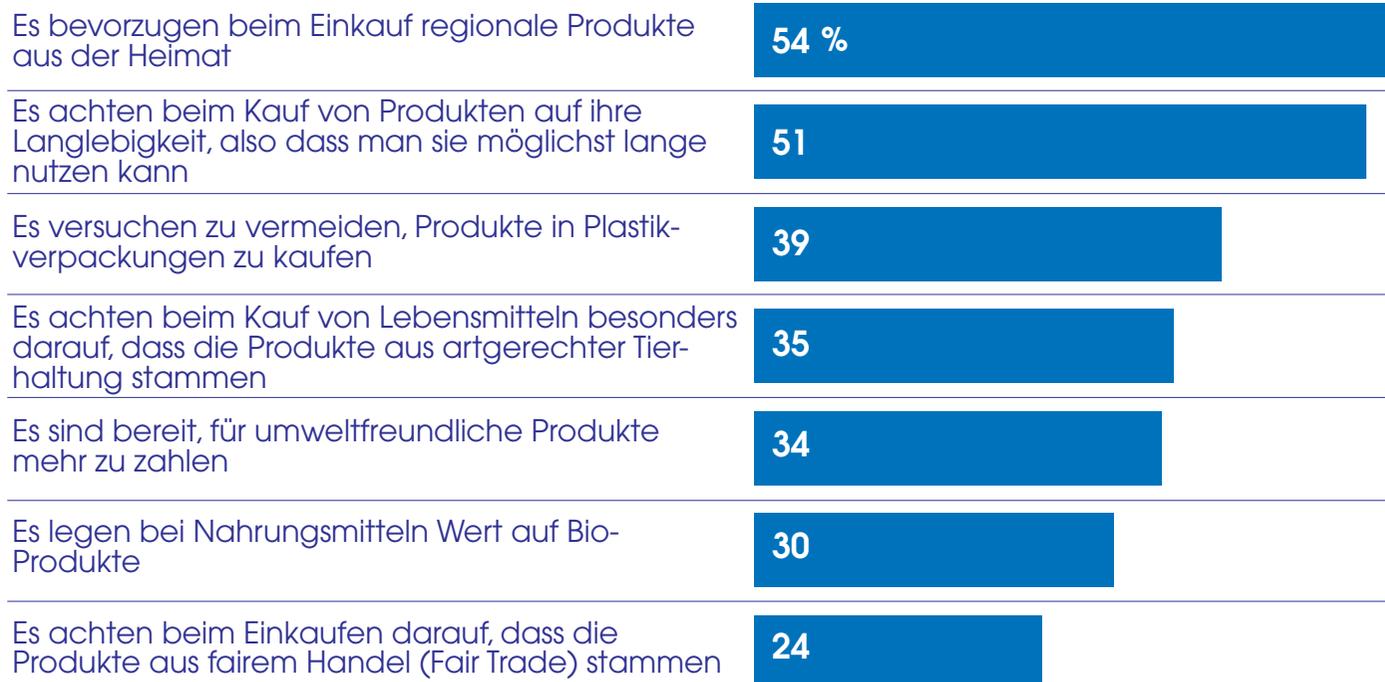
AWA 2023

Viele Wege führen zur Nachhaltigkeit:
Eine Nachhaltigkeitstypologie

Dr. Steffen de Sombre

Institut für Demoskopie Allensbach

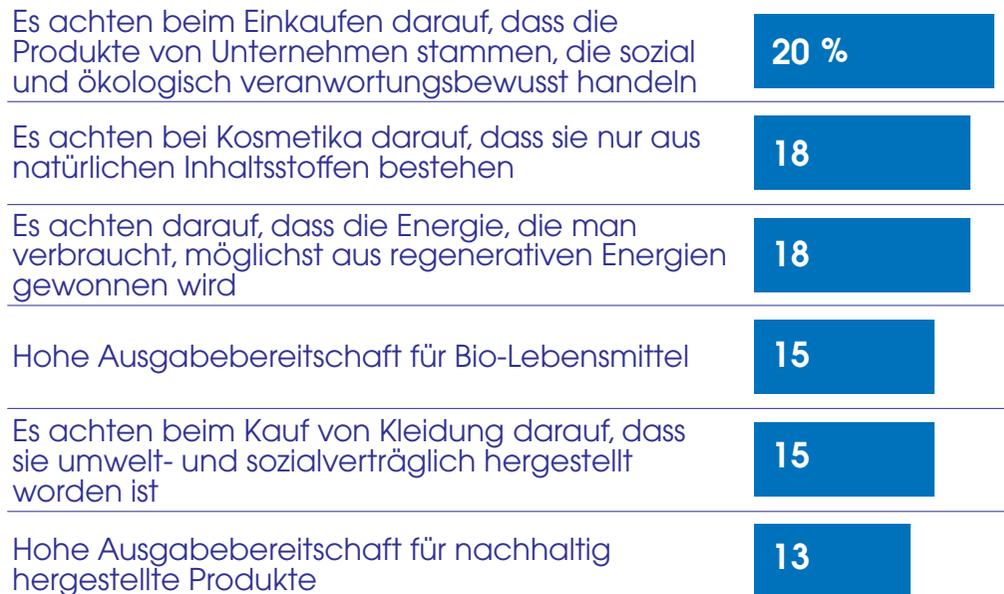
Nachhaltigkeitsindikatoren in der AWA: Konsumstil



...

Nachhaltigkeitsindikatoren in der AWA: Konsumstil

...



Nachhaltigkeitsindikatoren in der AWA: private Investitionen

Wunschausstattung Pkw: Hybridantrieb* **25 %**

Wunschausstattung Pkw: reiner Elektroantrieb* **17**

Wenn ich mir ein Auto kaufe, ist mir besonders wichtig, dass es möglichst umweltfreundlich ist **15**

Es planen, in den nächsten 1 oder 2 Jahren –

ihre Heizungsanlage zu modernisieren** **6**

in nachhaltige Geldanlagen zu investieren **6**

ihre Fenster zu modernisieren** **5**

eine Solaranlage zu installieren oder zu erneuern** **4**

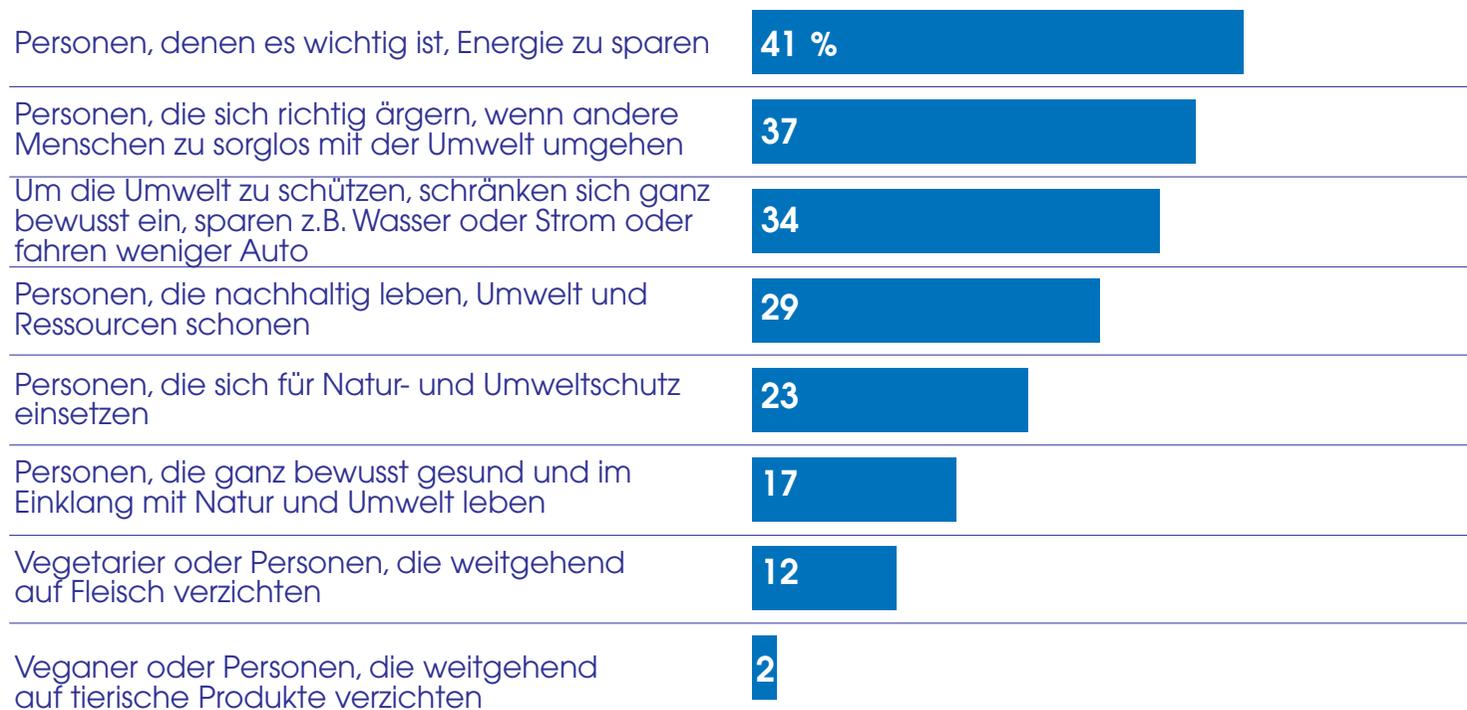
in Wärmedämmung zu investieren** **4**

* Basis: Pkw-Fahrer und potentielle Pkw-Käufer

** Basis: Immobilienbesitzer

Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2023

Nachhaltigkeitsindikatoren in der AWA: Bewusstsein und Lebensstil



Nachhaltigkeitsindikatoren in der AWA: Interesse und Information



Es informieren sich im Internet häufiger über Natur- und Umweltschutz

13

Es verfolgen in sozialen Netzwerken Personen, die sich zum Thema Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz äußern (Follower)

4

Es sind an dem Thema Natur- und Umweltschutz interessiert und geben in dem Bereich öfters Ratschläge, gelten da als Experten

11

Faktorenanalyse: drei Grundorientierungen

(Basis: 22 Nachhaltigkeitsindikatoren)

Nachhaltigkeit im Alltagskonsum (Auszug)

- Es sind bereit, für umweltfreundliche Produkte mehr zu zahlen
- Bei Nahrungsmitteln legen Wert auf Bio-Produkte
- Es bevorzugen beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat
- Es achten beim Einkaufen darauf, dass die Produkte aus fairem Handel (Fair Trade) stammen
- Es versuchen zu vermeiden, Produkte in Plastikverpackungen zu kaufen
- Es achten bei Kosmetika darauf, dass sie nur aus natürlichen Inhaltsstoffen bestehen

Nachhaltiger Lebensstil (Auszug)

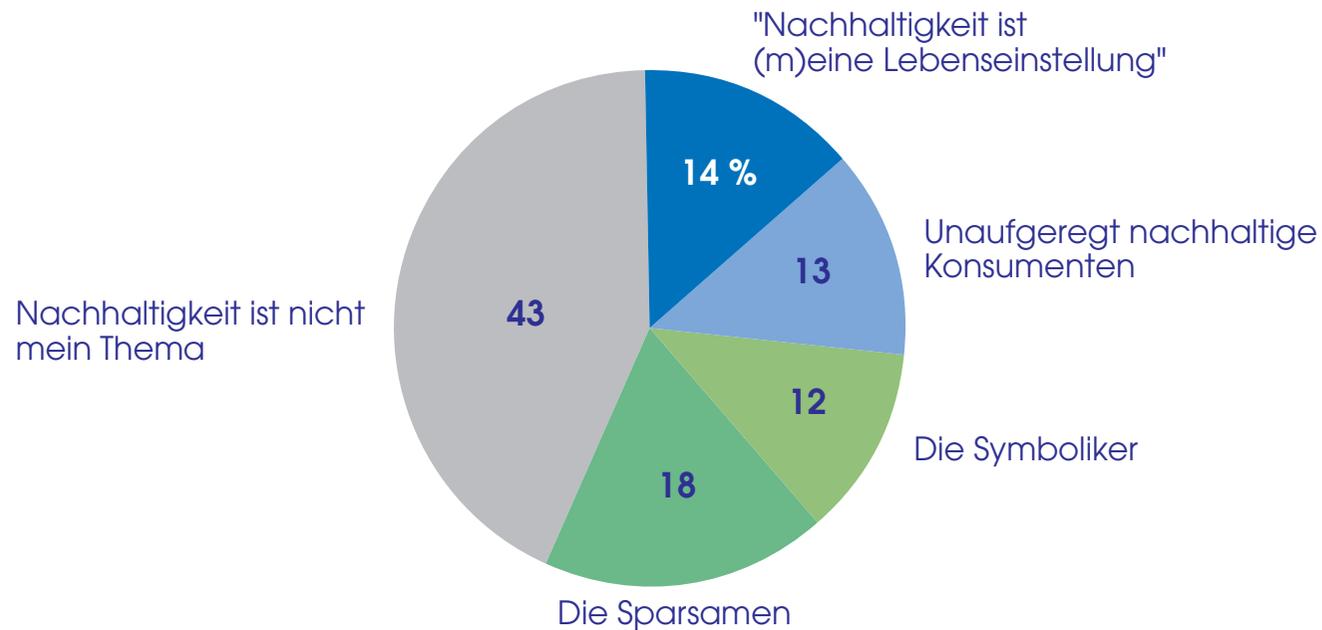
- Personen, die sich für Natur- und Umweltschutz einsetzen
- Personen, die nachhaltig leben, Umwelt und Ressourcen schonen
- Hohe Ausgabebereitschaft für nachhaltig hergestellte Produkte
- Es achten darauf, dass die Energie, die man verbraucht, möglichst aus regenerativen Energien gewonnen wird
- Personen, die beim Einkauf darauf achten, dass die Produkte von Unternehmen stammen, die sozial und ökologisch verantwortungsbewusst handeln
- Es achten beim Kauf von Kleidung darauf, dass sie umwelt- und sozialverträglich hergestellt worden ist

Sparen und Verzicht (Auszug)

- Personen, denen es wichtig ist, Energie zu sparen
- Um die Umwelt zu schützen, schränken sich ganz bewusst ein, sparen z.B. Wasser oder Strom oder fahren weniger Auto
- Personen, die sich richtig ärgern, wenn andere Menschen zu sorglos mit der Umwelt umgehen
- Es achten beim Kauf von Produkten auf ihre Langlebigkeit, also dass man sie möglichst lange nutzen kann

Clusteranalyse: 5 Nachhaltigkeitstypen

(Basis: 13 Nachhaltigkeitsitems mit je 4 bzw. 5 Items aus jedem Faktor)



Deutschsprachige
Bevölkerung ab 14 Jahre

Einstellungs- und Verhaltensprofil: "Nachhaltigkeit ist (m)eine Lebenseinstellung"

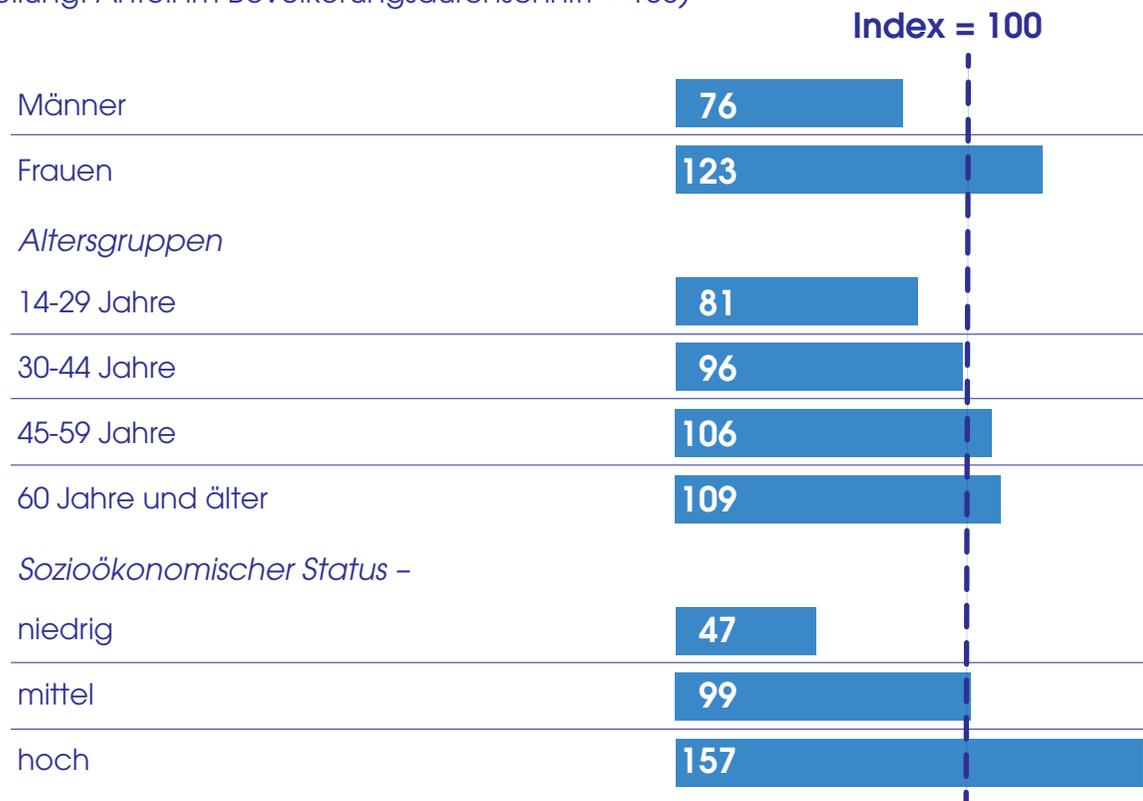
(Indexdarstellung: Anteil im Bevölkerungsdurchschnitt = 100)



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2023

Soziodemografisches Profil: "Nachhaltigkeit ist (m)eine Lebenseinstellung"

(Indexdarstellung: Anteil im Bevölkerungsdurchschnitt = 100)



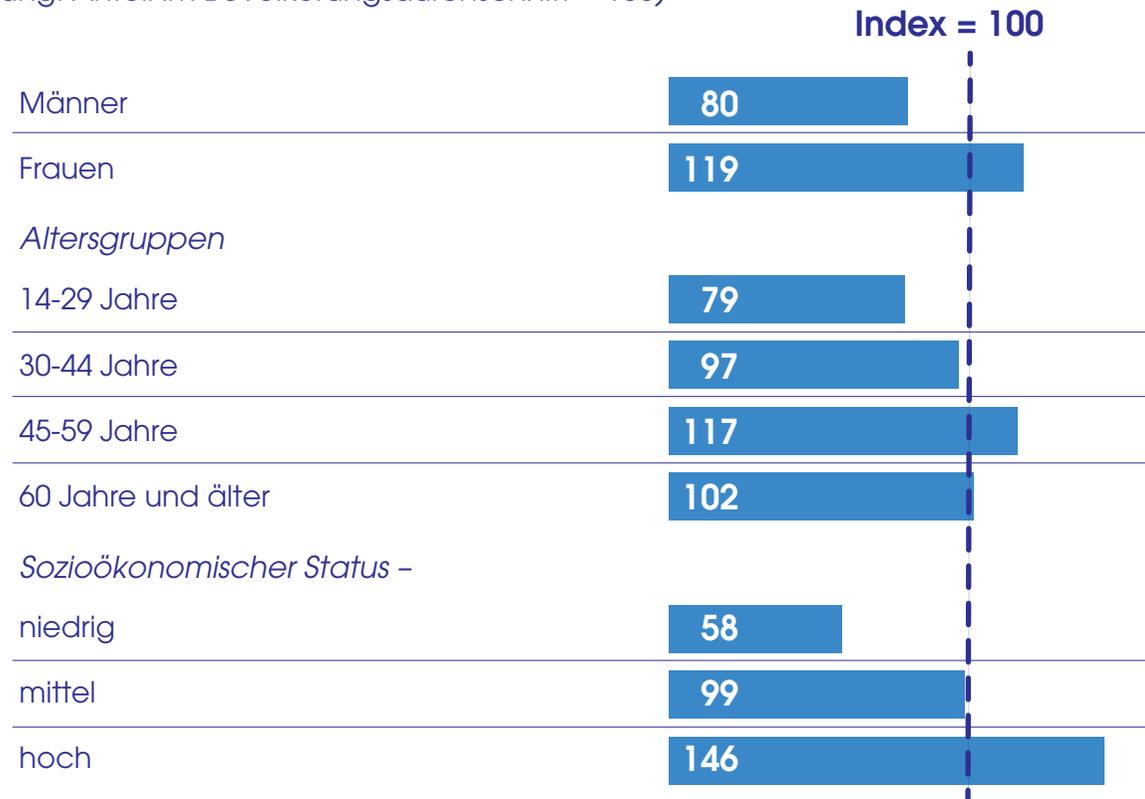
Einstellungs- und Verhaltensprofil: unaufgeregt nachhaltige Konsumenten

(Indexdarstellung: Anteil im Bevölkerungsdurchschnitt = 100)



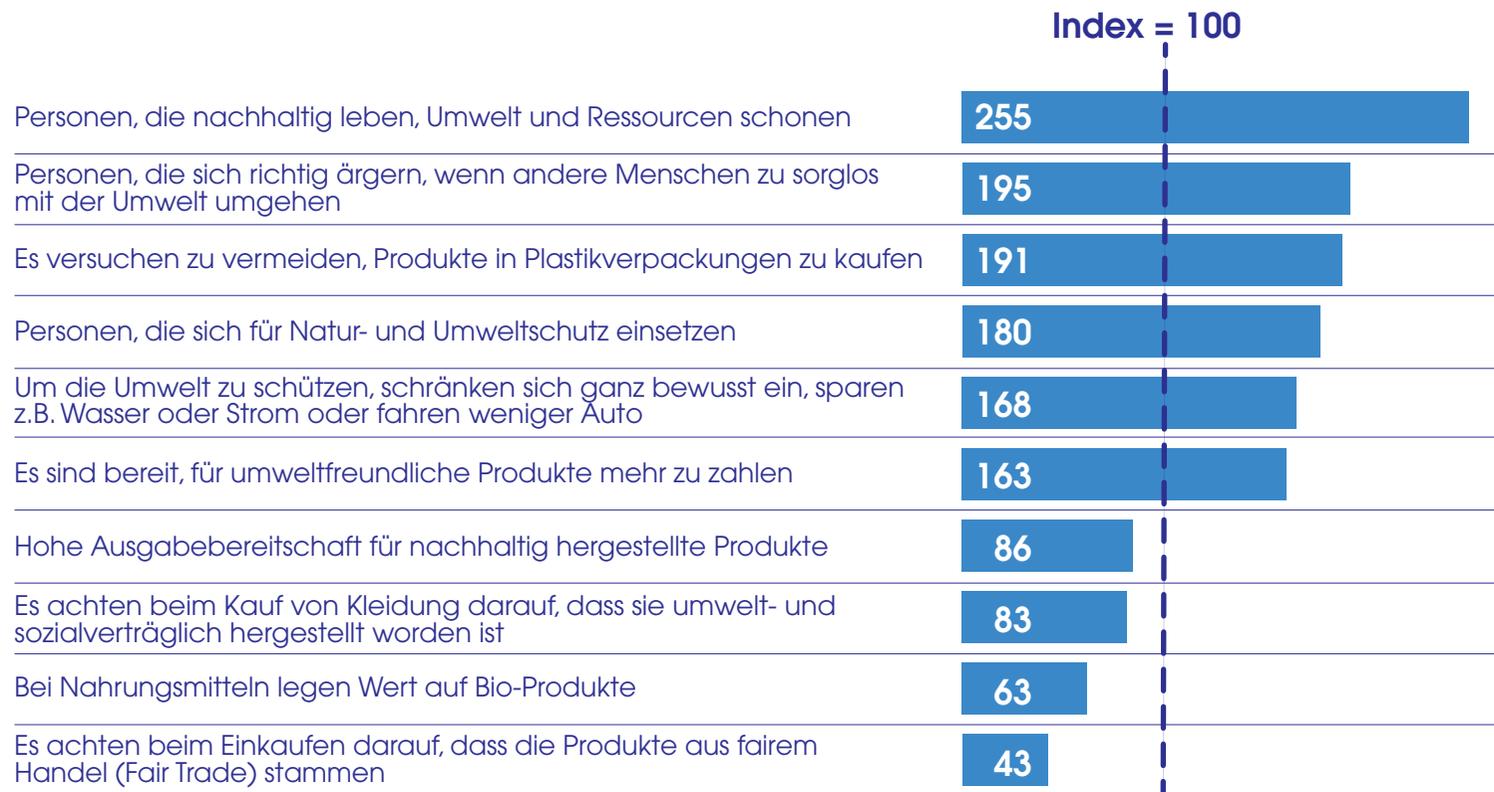
Soziodemografisches Profil: unaufgeregt nachhaltige Konsumenten

(Indexdarstellung: Anteil im Bevölkerungsdurchschnitt = 100)



Einstellungs- und Verhaltensprofil: die Symboliker

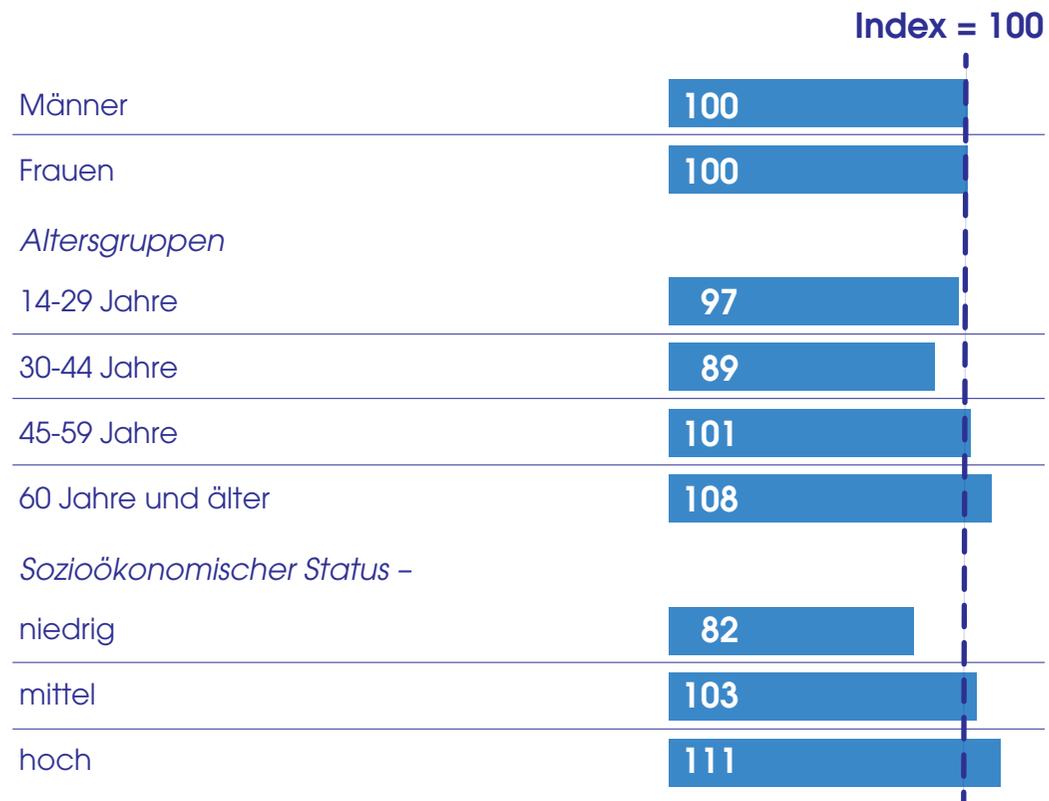
(Indexdarstellung: Anteil im Bevölkerungsdurchschnitt = 100)



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2023

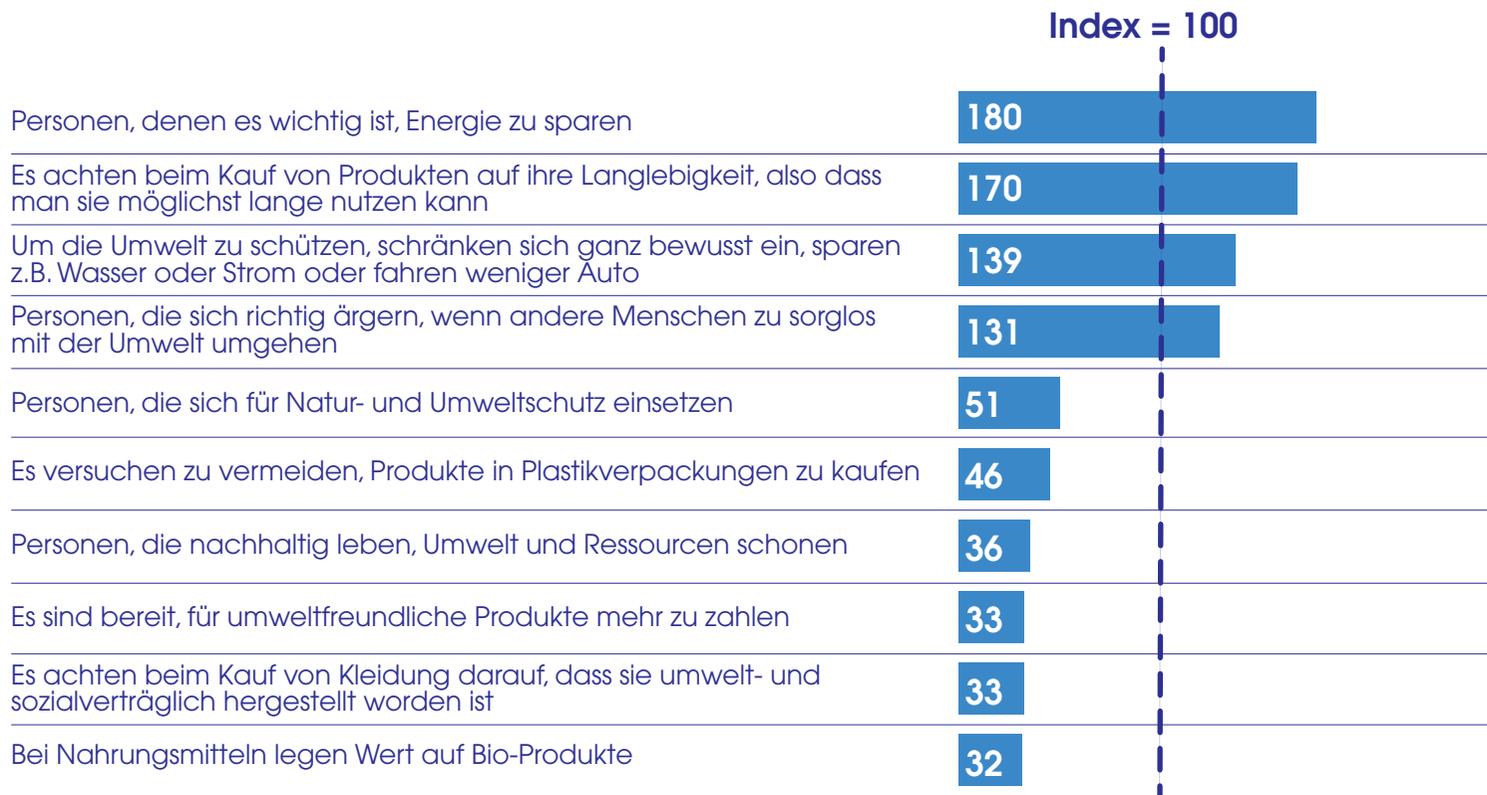
Soziodemografisches Profil: die Symboliker

(Indexdarstellung: Anteil im Bevölkerungsdurchschnitt = 100)



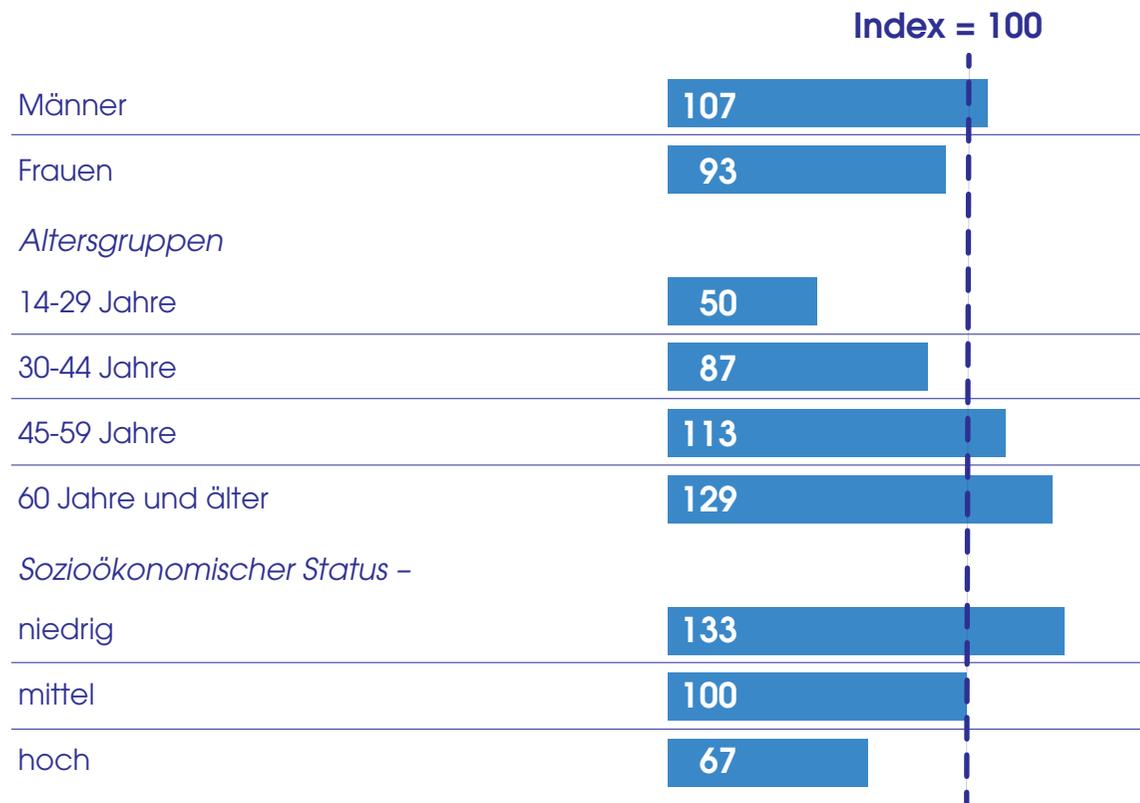
Einstellungs- und Verhaltensprofil: die Sparsamen

(Indexdarstellung: Anteil im Bevölkerungsdurchschnitt = 100)



Soziodemografisches Profil: die Sparsamen

(Indexdarstellung: Anteil im Bevölkerungsdurchschnitt = 100)



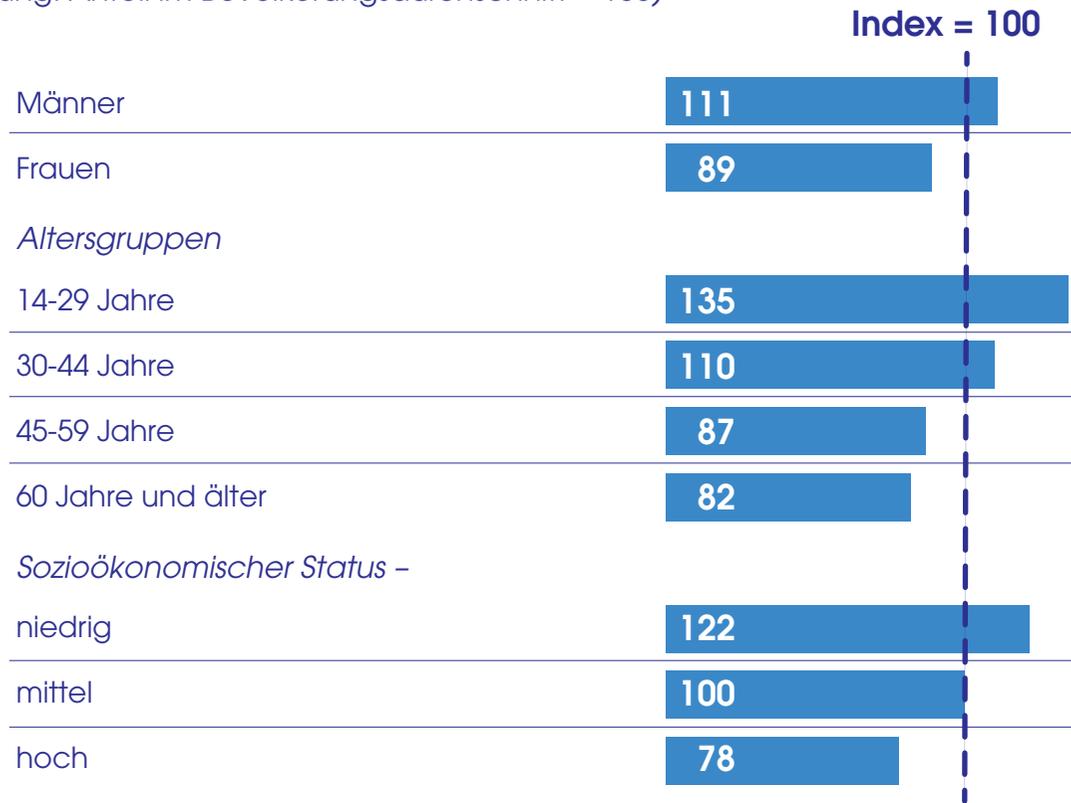
Einstellungs- und Verhaltensprofil: "Nachhaltigkeit ist nicht mein Thema"

(Indexdarstellung: Anteil im Bevölkerungsdurchschnitt = 100)

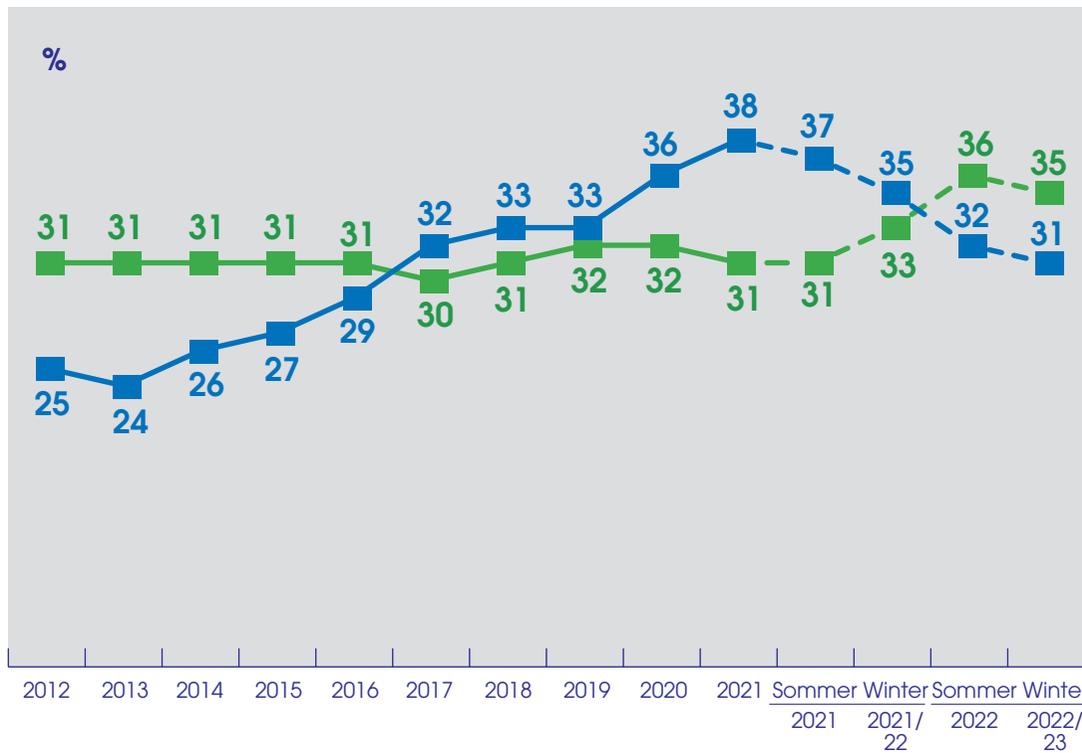


Soziodemografisches Profil: "Nachhaltigkeit ist nicht mein Thema"

(Indexdarstellung: Anteil im Bevölkerungsdurchschnitt = 100)



Die Inflation dreht den Trend: Ausgabebereitschaft rückläufig, Verzichtbereitschaft gestiegen

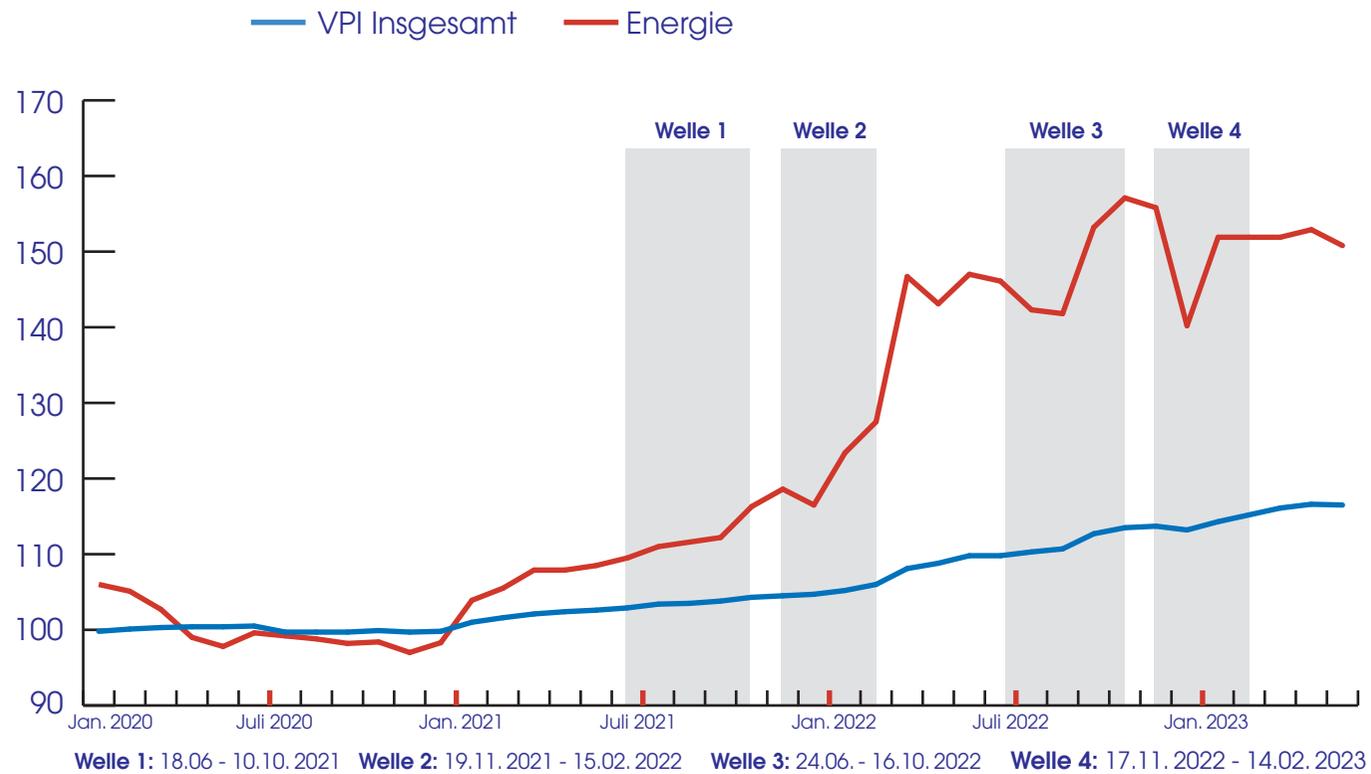


Um die Umwelt zu schützen, schränken sich ganz bewusst ein, sparen z.B. Wasser oder Strom oder fahren weniger Auto

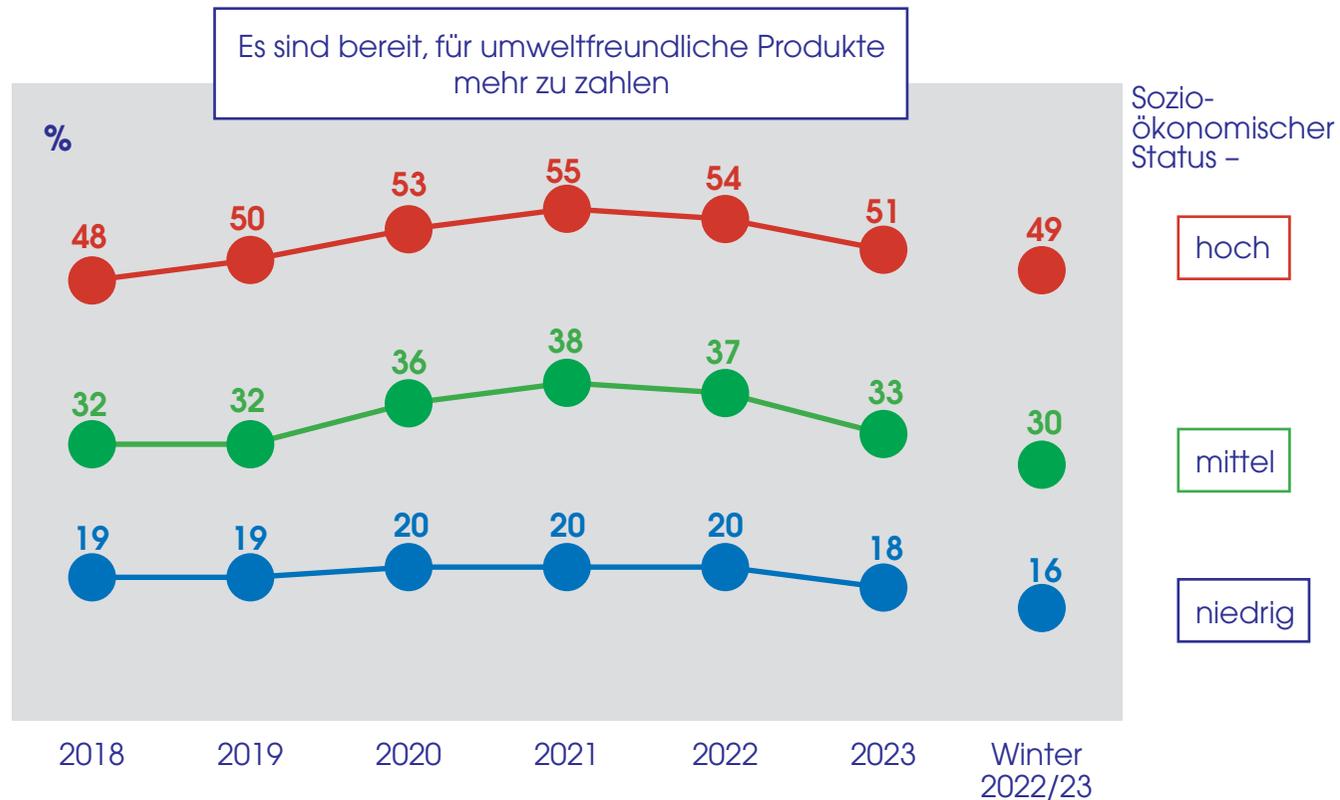
Es sind bereit, für umweltfreundliche Produkte mehr zu bezahlen

Verbraucherpreisindizes für Deutschland

2020 = 100



Zahlungsbereitschaft für umweltfreundliche Produkte nicht nur in unteren Sozialschichten unter Druck



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, zuletzt AWA 2023