



## **IDH Konsumentenreport Q3-2021: Mehrheit der Verbraucher wünscht sich, dass Handel und Marken nachhaltiger werden**

- **Vier von fünf Kunden verhalten sich nachhaltiger als früher und 81 Prozent fordern das auch von Handel und Marken**
- **69 Prozent wünschen sich von einer neuen Regierung, das Thema Umwelt- und Klimaschutz verstärkt anzugehen**
- **Nachhaltige Kriterien wie weniger Müll oder Regionalität sind beim Lebensmittelkauf wichtiger als der Preis**

*Berlin, 20. Oktober 2021* – Die Initiative Digitale Handelskommunikation (IDH), angeführt von Bonial, markt guru und Offerista, veröffentlicht heute ihren vierteljährlichen Konsumentenreport für das dritte Quartal 2021. Dazu wurden deutschlandweit 4.785 Personen ab 18 Jahren befragt. Schwerpunkt dieses Reports ist – passend zur Bundestagswahl – das Thema Umwelt und Nachhaltigkeit. Dabei zeichnet sich unter den Verbrauchern ein klares Bild ab: 86 Prozent der Konsumierenden sind am Thema Nachhaltigkeit (sehr) interessiert. 80 Prozent geben deshalb auch an, in den letzten Jahren (noch) stärker auf umweltbewusstes Verhalten geachtet zu haben. Über die Hälfte der Befragten (59 Prozent) sind sogar bereit, auf etwas Komfort zu verzichten, beispielsweise weniger zu fliegen. Aber nicht nur das eigene Verhalten wird angepasst, sondern es besteht auch der Wunsch, dass Unternehmen Wert auf Nachhaltigkeit legen (81 Prozent). 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 Prozent), dass dies noch zu wenig sei. Knapp die Hälfte der Befragten (49 Prozent) 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 beispielsweise deutliche 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 Prozent). Überraschend: Erst an dritter Stelle (76 Prozent) 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 Prozent), Eier (66 Prozent) und Fleisch- und Wurstwaren (62 Prozent). Außerdem achtet fast die Hälfte der Konsumierenden (46 Prozent) 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.

Christoph Eck-Schmidt, CEO bei Bonial und Mitinitiator der Initiative Digitale Handelskommunikation, sagt: *„Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt für die Verbraucher zunehmend an Bedeutung. Besonders deutlich sehen wir dies in den Anforderungen an und der Entscheidung für bestimmte Produkte. Der*



## PRESSEMITTEILUNG

*Trend zeigt sich aber nicht nur in verschiedensten Produktkategorien, er wird auch in der steigenden Nutzung nachhaltiger, digitaler Kanäle in der Angebotskommunikation sichtbar. Handel und Marken sollten sich bei Produktion und Marketing auf diesen Wandel einstellen."*

###

Eine **Infografik** zum aktuellen Konsumentenreport finden Sie hier:

<https://drive.google.com/file/d/1aRJsIQpcmJojVtKeoyuywQjETyBtFzo4/view?usp=sharing>

Weiteres **Pressematerial** (inklusive anderer Dateiformate der Infografik) finden Sie hier:

[https://drive.google.com/drive/folders/1pTePJOv80LcXzhF\\_p1lwlf6uFHdOZxl3?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1pTePJOv80LcXzhF_p1lwlf6uFHdOZxl3?usp=sharing)

### Über die IDH

Die Initiative Digitale Handelskommunikation, kurz IDH, ist eine Initiative führender Anbieter im Bereich der digitalen Handelskommunikation. Sie wurde im Jahr 2021 ins Leben gerufen. Die Initiatoren der IDH sind die zur Axel Springer SE gehörende Bonial GmbH mit Sitz in Berlin, die zu Seven.One Entertainment Group gehörende markt guru Deutschland GmbH mit Sitz in München und die in Berlin gegründete Offerista Group GmbH. Ziel der Initiative ist es, das Thema digitale Handelskommunikation als zukunftsweisenden Industriezweig breiter in die öffentliche Wahrnehmung zu bringen. Dazu analysiert und beobachtet die IDH den Markt und steht als Informationsquelle auch anderen Marktteilnehmern sowie Verbänden, Politik und Medien zur Verfügung.

Weitere Informationen unter:

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation>

### Kontakt

IDH - Initiative Digitale Handelskommunikation

% VONROEDER COMMUNICATIONS | Schlegelstr. 4 | D-10115 Berlin

[indh@vonroeder-communications.com](mailto:indh@vonroeder-communications.com)

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation/>