



IDH Konsumentenreport Q3-2022: 74 Prozent wollen weniger heizen

- **Inflation (81%) und steigende Energiepreise (77%) bereiten den Verbraucher*innen am meisten Sorgen**
- **94 Prozent der Verbraucher*innen sparen Energie, 86 Prozent aus finanziellen Gründen**
- **Vom Handel wünscht sich die Hälfte der Befragten energiesparendes Verhalten in den Geschäften sowie Angebote und Aktionen für energiesparende Produkte**

Berlin, 28. September 2022 – Die Initiative Digitale Handelskommunikation (IDH), angeführt von Bonial, markt guru und Offerista, veröffentlicht heute ihren Konsumentenreport für das dritte Quartal 2022. Dieses Mal geht es um das Thema Energiesparen. Dazu wurden deutschlandweit 4.441 Personen befragt.

Preissteigerung / Inflation (81%) und steigende Energiepreise (77%) machen den Verbraucher*innen momentan am meisten Sorgen. Beim Thema Heizen gibt eine große Mehrheit (74%) an, dass sie in den nächsten Monaten weniger beziehungsweise gezielter heizen werden, also nur in bestimmten Räumen oder nur zu bestimmten Zeiten.

94 Prozent der Befragten versuchen mit ihrem Verhalten Energie zu sparen. Die große Mehrheit (86%) tut dies aus finanziellen Gründen, 53 Prozent der Umwelt zuliebe. Tipps dafür holen sich die meisten Befragten (44%) in den klassischen Medien wie dem Fernsehen oder Zeitschriften. Genau ein Drittel informiert sich bei Freunden, Familie und Bekannten. 27 Prozent machen sich in den sozialen Medien schlau. Der Handel spielt in Bezug auf Handlungsempfehlungen zum Energiesparen für die Verbraucher*innen bisher eher eine Nebenrolle: Beratung in Geschäften oder andere Informationsangebote des Handels nutzen nur 14 Prozent.

Auf die Frage, welche Möglichkeiten sie dazu nutzen oder demnächst nutzen werden, antworteten 76 Prozent, dass sie energiesparende Leuchtmittel verwenden. 53 Prozent haben bereits energiesparende Elektrogeräte gekauft, 21 Prozent planen dies noch zu tun. Über die Hälfte (56%) schaltet Elektrogeräte ganz aus, statt sie im Standby-Modus zu lassen. 67 Prozent setzen ihre Wasch- und Spülmaschine sparsamer ein, sei es durch eine seltenere Nutzung oder durch die Verwendung von Sparprogrammen.

Vom Einzelhandel erwartet die Hälfte der Befragten Angebote und Aktionen für energiesparende Produkte. 38 Prozent wünschen sich generell mehr energiesparende Produkte im Sortiment ihrer Händler. Ein Viertel der Verbraucher*innen wäre an Tipps und Informationen rund ums Energiesparen interessiert. Laut 56 Prozent sollen die Läden hier mit gutem Beispiel vorangehen: Mit energiesparendem Verhalten wie geschlossenen Kühltheken oder dem Abschalten der Außenbeleuchtung nach Ladenschluss.

Die aktuelle Lage macht theoretisch sogar Energieengpässe möglich. Mit Kerzen, Taschenlampen, Campingkochern und Vorräten für mehrere Tage hat sich bisher nur ein Viertel (26%) gut auf den Ernstfall vorbereitet, weitere 48 Prozent sind teilweise vorbereitet.



PRESSEMITTEILUNG

Benjamin Thym, CEO Offerista Group und Mitinitiator der Initiative Digitale Handelskommunikation:
*„Ein Großteil der Menschen hat Sorgen wegen der steigenden Energiekosten und versucht dagegen zu steuern. Sei es mit verändertem Heizverhalten oder der Nutzung von energiesparenden Leuchtmitteln. Vom Handel erwarten die Konsument*innen passende Aktionen und Angebote und dass dieser mit gutem Beispiel vorangeht.“*

###

Pressematerial (inklusive der zugehörigen Infografik) finden Sie hier:

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/17mikqSfSOgFRIRbxxd83NULJM1aXsFSI>

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

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