
Routinen und gefühlte höhere Preise bremsen nachhaltigen Konsum

01.07.2016



(c) Nachhaltigkeitsrat/Christof Rieken

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung stellte heute eine aktuelle Studie vor, in der Verbraucher nach ihren Einkaufsgewohnheiten gefragt wurden.

Demnach achten rund 60 Prozent der Deutschen beim Einkauf darauf, ob Produkte nachhaltig sind. Die meisten orientieren sich dabei anhand von Siegeln, wie beispielsweise Fairtrade oder Bio, oder lesen die Produktbeschreibung. Die Umfrage der GfK im Auftrag des Rates für Nachhaltige Entwicklung ergab zudem, dass die größten Hindernisse dabei, sozial und ökologisch vorteilhafte Produkte und Dienstleistungen zu kaufen, der Preis und Routinen sind. Verbraucher kaufen am liebsten das, was sie kennen, gaben fast 39 Prozent der Befragten an. Nach Ansicht von etwa 37 Prozent sind nachhaltige Produkte teurer als konventionelle. Nur knapp ein Viertel hindert nichts daran, nachhaltig einzukaufen. Prof. Dr. Lucia A. Reisch, Konsumforscherin und Mitglied im Nachhaltigkeitsrat stellte das Projekt des

Rates für Nachhaltige Entwicklung „Der Nachhaltige Warenkorb“ und die Ergebnisse der Umfrage heute in Berlin vor. Wer mehr über den Nachhaltigen Warenkorb und den Rat für Nachhaltige Entwicklung erfahren möchte, kann sich unter nachhaltiger-warenkorb.de oder nachhaltigkeitsrat.de informieren.