



Pressemitteilung

10. August 2023

GfK Nachhaltigkeitsindex steigt weiter an

10. August 2023

Corina Kirchner
Public Relations
T +49 911 395 4570
corina.kirchner@gfk.com

Sorge um Nachhaltigkeit beeinflusst auch Reisebuchungsverhalten der Deutschen

Nürnberg, 10. August 2023 – Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Lage bleibt der Klimawandel unter den Top 3 der größten Sorgen der Deutschen. Diesen Trend bestätigt auch der aktuelle GfK Nachhaltigkeitsindex, der gegenüber April 2023 um 1,5 Punkte auf 101,5 Punkte zulegt. Vor allem beim Einkauf von Lebensmitteln und Drogerieprodukten achten die Konsumenten wieder vermehrt auf Nachhaltigkeitsaspekte. Eine Sonderauswertung von GfK zeigt zudem, dass für fast die Hälfte der Deutschen bei der Buchung ihres diesjährigen Haupturlaubs Nachhaltigkeit eine Rolle gespielt hat.

Inflation und die wachsende Sorge der Deutschen, ihre Rechnungen nicht mehr zahlen zu können, haben sich bis Anfang 2023 negativ auf den GfK Nachhaltigkeitsindex ausgewirkt. Mit der Stabilisierung des Konsumklimas steigt nun auch die Bereitschaft der Konsumenten, häufiger nachhaltige Einkäufe zu tätigen. Davon profitiert vor allem der **Nachhaltigkeitsindex für Fast Moving Consumer Goods** (Lebensmittel und Drogerieartikel), der um 3,3 Punkte auf 101,9 Punkte steigt. Der **Nachhaltigkeitsindex für größere Anschaffungen** verliert hingegen leicht und liegt nun bei 100,8 Punkten (Rückgang um 1,1 Punkte gegenüber April 2023).

Energieeffiziente Hausgeräte legen zu

Die steigenden Energiepreise führen dazu, dass sich dennoch ein großer Teil der Konsumenten gerade bei stromintensiven Haushalts Großgeräten mit Nachhaltigkeit auseinandersetzt. „Energieeffizienz ist eines der wichtigsten Entscheidungskriterien für Käufer von Hausgeräten in Deutschland,“ sagt **Petra Süptitz, Nachhaltigkeitsexpertin bei GfK.**

„Entsprechend gehören Haushalts Großgeräte mit Energieeffizienzklasse A sowie smarte Geräte, mit denen sich der Energieverbrauch tracken lässt, aktuell zu den Wachstumstreibern im sonst eher rückläufigen technischen Konsumgütermarkt.“ Laut aktuellem GfK Nachhaltigkeitsindex sind von den Konsumenten, die in den nächsten zwölf Monaten größere

GfK SE
Sophie-Germain-Straße 3 – 5
90443 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:
Emilie Darolles
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
John Blenke

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

nachhaltige Anschaffungen planen, 72 Prozent bereit, dafür mehr Geld auszugeben (April: 70 Prozent).

Deutsche kaufen wieder häufiger nachhaltige Lebensmittel

Weiterhin positiv entwickelt sich der GfK Nachhaltigkeitsindex für Produkte des täglichen Bedarfs. Möglicherweise sorgen die zuletzt gegenüber den Vormonaten etwas moderateren Preissteigerungen für Lebensmittel bzw. sinkende Preise bei Produkten mit Signalwirkung wie Butter oder Diesel dafür, dass sich die Bereitschaft für nachhaltige FMCG-Einkäufe wieder erhöht. Der Anteil derjenigen, die im letzten Monat im Supermarkt oder in der Drogerie nachhaltig eingekauft haben, ist von 70 Prozent im April auf 72 Prozent im Juli gestiegen. Zudem geben seit Jahresbeginn wieder mehr Menschen an, *häufig* nachhaltige Produkte gekauft zu haben: Waren es im Januar noch 20 Prozent, liegt der Anteil nun bei 27 Prozent. Das sind vor allem Bevölkerungsgruppen mit höherem Einkommen, für die der Klimawandel aktuell eine etwas größere Priorität hat als für Menschen mit finanziellen Sorgen. Dementsprechend hat der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln laut NIQ Handelspanel im ersten Halbjahr 2023 um 6,3 Prozent zugelegt und wächst damit stärker als im Vorjahreszeitraum.

Ein Viertel der Deutschen reist umweltfreundlich

Neben dem Einkauf beschäftigt viele Deutsche ihr jährlicher Urlaub. Trotz steigender Preise möchten viele Deutsche nicht auf Urlaubsreisen verzichten. Welchen Einfluss hat dabei die Sorge um den Klimawandel? Laut einer aktuellen GfK eBus Befragung achten immerhin 48 Prozent der Deutschen bei der Buchung ihres diesjährigen Haupturlaubs auf Nachhaltigkeitsaspekte wie umweltfreundliche Hotels und Verkehrsmittel oder auch faire Arbeitsbedingungen. Besonders wichtig sind diese Faktoren für Familien und die Gruppe der 18- bis 29-Jährigen.

Ähnlich wie bei den größeren nachhaltigen Anschaffungen sind fast drei Viertel der umweltbewussten Reisebucher bereit, für ökologische und soziale Nachhaltigkeit einen höheren Preis zu zahlen. Die Daten zeigen aber auch, dass bisher nur 24 Prozent der Deutschen tatsächlich ein umweltfreundliches Verkehrsmittel (Zug, Fahrrad, E- oder Hybrid-Auto) nutzen, um an ihren Urlaubsort zu kommen. Die große Mehrheit ist weiterhin mit dem klassischen Auto unterwegs.

„Selbst Menschen, für die nachhaltiges Reisen zumindest teilweise wichtig ist, nutzen bisher überwiegend das Auto mit Verbrennungsmotor oder das Flugzeug,“ erklärt **Petra Süptitz**. „Viele Konsumenten, die im Alltag bewusst nachhaltig einkaufen und leben, möchten dennoch in ihrem Urlaub nicht auf Reisen in ferne Länder verzichten – auch wenn sich das negativ auf ihren ökologischen Fußabdruck auswirkt. Darüber hinaus fehlt es mitunter auch an der notwendigen Infrastruktur, die nachhaltiges Reisen erleichtert – seien es günstige und schnelle Zugverbindungen oder ausreichende Möglichkeiten, ein E-Auto zu laden.“



Zur Studie

Der GfK Nachhaltigkeitsindex zeigt die Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten für die Kaufentscheidung bei größeren Anschaffungen und Fast Moving Consumer Goods auf und misst Veränderungen. Der Index umfasst zurückliegende Käufe unter Nachhaltigkeitsaspekten, geplante Käufe sowie die Bereitschaft, für nachhaltige Produkte einen höheren Preis zu bezahlen. Dafür befragt GfK alle drei Monate eine repräsentative Gruppe von rund 1.000 Konsumenten in Deutschland.

Für die Darstellung des GfK Nachhaltigkeitsindex liegen ab Januar 2023 die Durchschnittswerte des Jahres 2022 zugrunde, die einem Basiswert von 100 Punkten entsprechen. Mit dem GfK Nachhaltigkeitsindex im August 2023 wird die Veränderung gegenüber dem letzten Monat der Erhebung interpretiert.

Mit dem GfK eBUS® werden wöchentlich 1.000 Personen im Alter von 18-74 Jahren befragt, die die deutschsprachige Bevölkerung repräsentieren. Die Befragung zum GfK Nachhaltigkeitsindex wurde vom 12. bis 15. Juli 2023 durchgeführt.

Das NIQ Handelspanel (Retail Measurement Services, RMS) misst die Verkäufe aus einer gleichbleibenden Stichprobe von Einzelhandelsgeschäften über einen längeren Zeitraum hinweg. Dabei werden die Abverkäufe aller Hersteller an alle Käufer berücksichtigt, zum Beispiel auch institutionelle Haushalte oder Touristen. Das Panel umfasst Lebensmitteleinzelhändler, Drogeriemärkte, Cash&Carry-Märkte, Getränkeabholmärkte, Tankstellen, Tierfutterfachmärkte, Apotheken, Convenience Stores sowie E-Commerce im Bereich FMCG.

Pressekontakt: Corina Kirchner, T +49 911 395 4570, corina.kirchner@gfk.com



Über GfK

Seit über 89 Jahren vertrauen uns Kunden auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. 2023 haben die Branchenführer GfK und NIQ sich zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsumenten, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen, treibt GfK „Growth from Knowledge“ voran.

Weitere Informationen auf www.gfk.com/de.