

# Nachhaltiges Leben 2020

Marken und Medien  
in der Pflicht

82% der Befragten  
planen 2020 ihr Leben  
nachhaltiger zu gestalten

# Grundlage

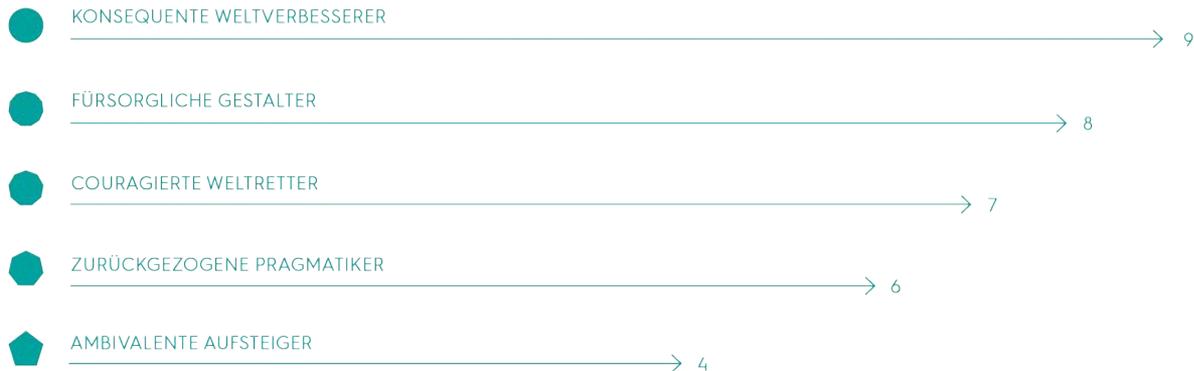
Segmentierung aus der Basisstudie  
„Komm näher – Was Weltverbesserer antreibt“  
aus Februar 2019



Lebensstile  
statt klassischer  
Zielgruppen

# Arten des nachhaltigen Engagements

GRAD AN NACHHALTIGEM ENGAGEMENT VON 1 - 10 →





KONSEQUENTE  
WELTVERBESSERER

6,7 MIO\*



FÜRSORGLICHE  
GESTALTER

3,9 MIO\*



COURAGIERTE  
WELTRETTER

6,5 MIO\*



ZURÜCKGEZOGENE  
PRAGMATIKER

10,1 MIO\*



AMBIVALENTE  
AUFSTEIGER

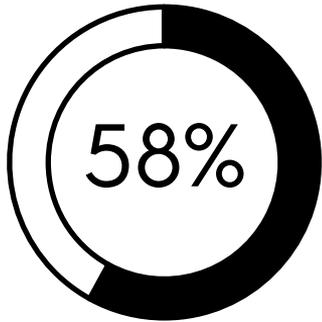
3,7 MIO\*

\*Tendenzieller Anteil an der Gesamtbevölkerung

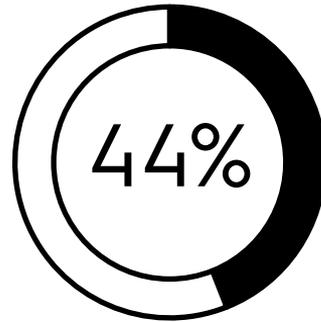
Vier der fünf Hauptsegmente konnten in ihrer Grundgesamtheit bestätigt werden.



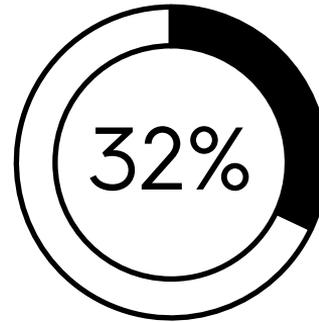
# Motive



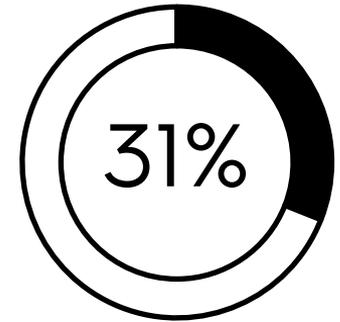
Weil ich die Erde für kommende Generationen bewahren möchte.



Weil ich in einer gerechteren Welt leben möchte.



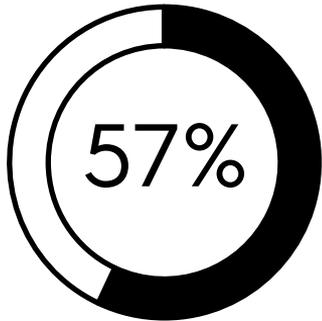
Wir sind alle miteinander verbunden oder wenn es um die Welt schlecht steht, geht es auch mir schlecht.



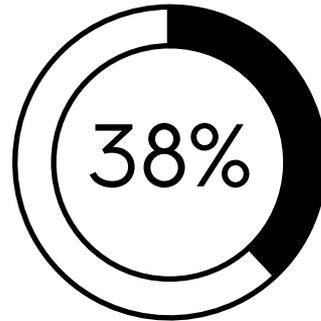
Weil ich gesund / gesünder leben möchte.

Warum möchten Sie etwas für eine bessere Welt tun? (Mehrfachnennung möglich)

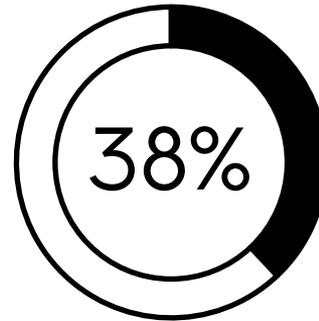
# Impulse



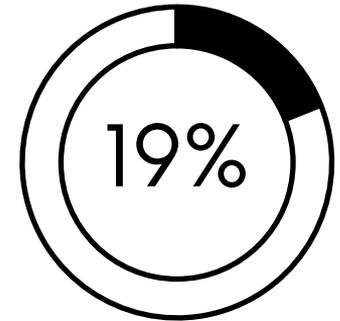
Ich bin durch verschiedene Medien auf das Thema aufmerksam geworden.



Ich bin (z.B. auf Reisen) auf unsere schöne Natur aufmerksam geworden und möchte sie erhalten.



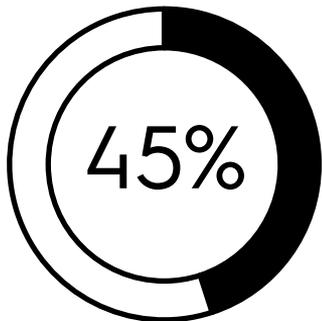
Ich bin direkt (z.B. auf Reisen) mit den Missständen der jetzigen Welt konfrontiert worden (z.B. Plastikmüll im Meer, Abholzen von Regenwald, Armut auf der Straße).



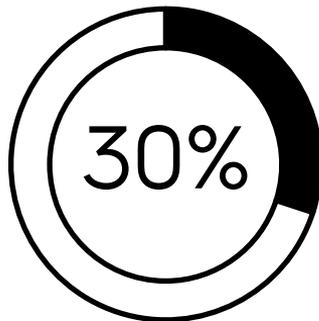
Bekannte/Freunde/Familie.

Was war für Sie der ausschlaggebende Impuls, etwas für eine besser Welt zu tun? (Mehrfachnennung möglich)

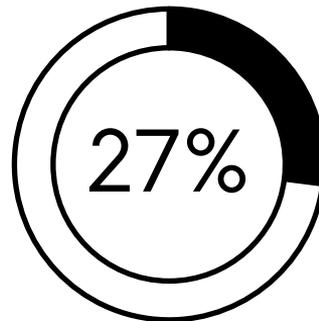
# Barrieren



Zu teuer.



Ich bin überfordert  
und weiß oft nicht,  
was gut ist und was  
nicht.



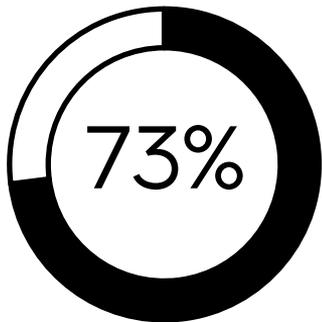
Zu wenig Zeit.



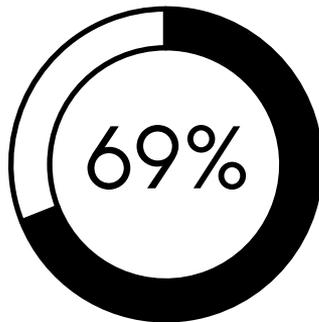
Mir fällt es schwer, auf  
bestimmte Dinge zu  
verzichten.

Wenn Sie ganz ehrlich sind, was hält Sie davon ab, selbst mehr zu einer „besseren Welt“ beizutragen? (Mehrfachnennung möglich)

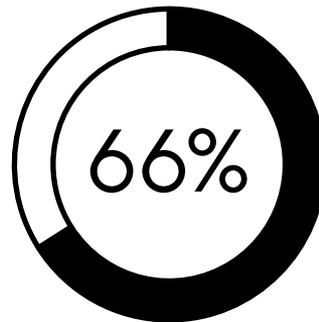
# Verantwortung



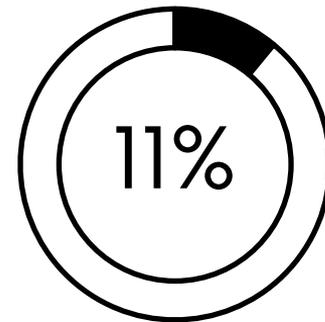
Staat



Unternehmen



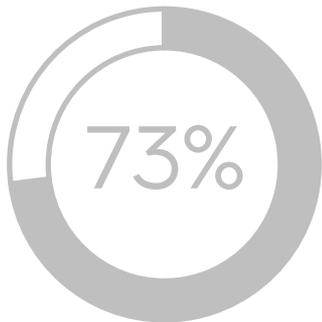
Konsumenten selbst



Unabhängige Non-Profit Organisationen (NGO)

Wer sollte zukünftig mehr soziale und/oder ökologisch gesellschaftliche Verantwortung übernehmen? (Mehrfachnennung möglich)

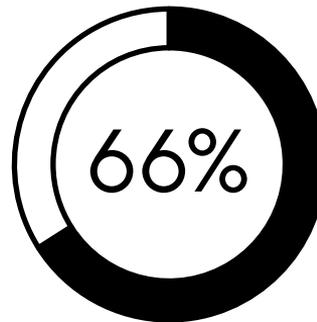
# Verantwortung



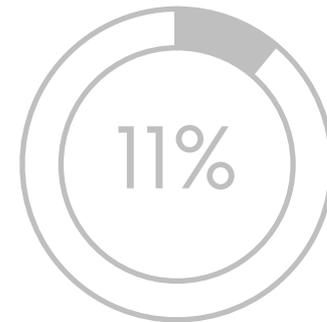
Staat



Unternehmen



Konsumenten selbst



Unabhängige Non-Profit Organisationen (NGO)

Wer sollte zukünftig mehr soziale und/oder ökologisch gesellschaftliche Verantwortung übernehmen? (Mehrfachnennung möglich)

Bewusstsein der  
eigenen  
Selbstwirksamkeit

„Menschen beginnen eine Handlung  
meist nur dann, wenn sie der  
Überzeugung sind, dass sie diese  
Handlung erfolgreich ausführen können.“

Psychologe Albert Bandura

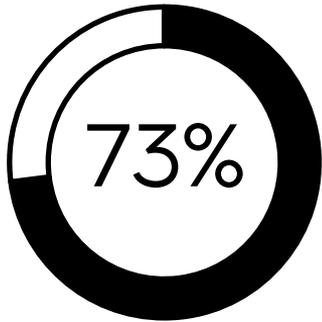
Nur 18% geben als Barriere an, dass sie  
selbst wenig ausrichten können

Neuer Imperativ für Marken:  
Nachhaltigkeit konkret  
im Alltag erlebbar machen

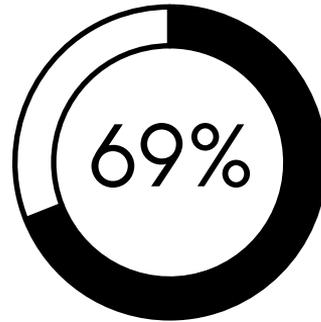
Marken müssen  
klare Orientierung  
vermitteln

- I. Transparente Kennzeichnungen  
von ‚nachhaltigen‘  
Produktvorteilen
- II. Entscheidungen erleichtern
- III. Widersprüchliche Informationen  
strukturieren

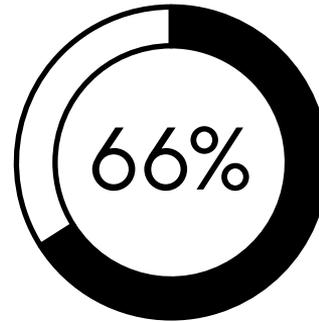
# Verantwortung



Staat



Unternehmen



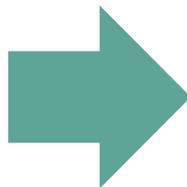
Konsumenten selbst

Wer sollte zukünftig mehr soziale und/oder ökologisch gesellschaftliche Verantwortung übernehmen? (Mehrfachnennung möglich)

# CSR

CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY

umschreibt den **freiwilligen** Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung, der über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht.



# TSI

TOTAL SOCIETAL  
IMPACT

ist eine Bilanzrechnung aller **positiven und negativen Auswirkungen eines Unternehmens** – inklusive des Kerngeschäfts.







KOSTENLOSE DUSCHEN FÜR OBDACHLOSE.  
FREE SHOWERS FOR THE HOMELESS.  
BYZSIZLERE ÜCRETSİZ DÜŞ İMKANI.  
БЕСПЛАТНЫЕ ДУШОВЫЕ ДЛЯ БЕЗДОМНЫХ.  
DUSCHEN FÜR OBDACHLOSE AN STRASSEN.  
DUSCHEN FÜR OBDACHLOSE AN STRASSEN.  
БЕСПЛАТНЫЕ ДУШОВЫЕ ДЛЯ БЕЗДОМНЫХ.



Vielen Dank.