

GfK

Herausforderung Nachhaltigkeit

Montag, 14.11.2022

Trotz Dauerkrisen und hoher Inflation kaufen die Konsumenten in Deutschland weiterhin nachhaltig ein und sind bereit, für nachhaltige Produkte einen höheren Preis zu bezahlen. Der neue GfK-Nachhaltigkeitsindex für Oktober 2022 zeigt aber, dass Verbraucher bei Produkten des täglichen Bedarfs mehr Schwierigkeiten haben, ihre Wertestandards zu halten. Mit einem aktuellen Wert von 39,7 bleibt der Index stabil und ist nach einem etwas niedrigeren Wert von 39,2 im Juli sogar wieder auf das Niveau von April 2022 gestiegen.

26% der Deutschen haben in den letzten zwölf Monaten größere Anschaffungen unter Nachhaltigkeitsaspekten getätigt. Insbesondere junge Menschen zwischen 18 und 39 Jahren sowie Konsumenten mit höherem Einkommen kaufen weiterhin nachhaltig. Der aktuelle GfK-Konsumklimaindex für Oktober zeigt, dass sich die generelle Konsumneigung auf niedrigem Niveau stabilisiert hat. Auch die Anschaffungsneigung in Bezug auf nachhaltige Produkte bleibt stabil: Genau wie im Juli planen weiterhin 27% der Menschen, in den nächsten zwölf Monaten bei größeren Anschaffungen auf Nachhaltigkeit zu achten.

Mehr Deutsche kaufen nachhaltig, dafür aber seltener

Fast drei Viertel der Deutschen (70%) gaben im Oktober an, dass sie im letzten Monat nachhaltige Alltagsprodukte gekauft haben. Im Juli lag der Wert noch bei 66%. Der Anteil der Deutschen, die in den nächsten vier Wochen nachhaltige FMCG-Produkte (Fast Moving Consumer Goods, schnell-drehende Produkte) kaufen möchten, ist mit 66% nahezu stabil geblieben.

„Trotz geringerer Budgets bleiben Konsumenten ihren Werten treu und kaufen weiterhin nachhaltig“, stellt Petra Süptitz, Experte für Nachhaltigkeit und Consumer Insights bei GfK, fest. „Dennoch beobachten wir die Auswirkungen des kleineren Geldbeutels: Die Konsumenten greifen inzwischen etwas seltener zu nachhaltigen Produkten des täglichen Bedarfs als vor wenigen Monaten.“ So gaben im Juli noch 26% an, dass sie häufig nachhaltige Produkte kaufen. Im Oktober waren es dagegen nur noch 23%. Stattdessen kauft nun beinahe die Hälfte (47%) nur gelegentlich nachhaltig ein; eine deutliche Steigerung zu noch 40% im Juli.

Konsumenten investieren in energiesparende Produkte

Nachhaltige Produkte sind häufig teurer als konventionelle Alternativen. Bei größeren Anschaffungen ist der Anteil derjenigen Konsumenten, die einen Kauf planen und bereit sind für ein nachhaltiges Produkt einen höheren Preis zu zahlen, mit 75% im Vergleich zu 68% im Juli deutlich gestiegen. „Wegen der explodierenden Energiepreise suchen die Konsumenten derzeit gezielt nach energiesparenden Produkten wie Haushaltsgeräten. Für diese nachhaltigeren Produkte nehmen sie einen höheren Anschaffungspreis in Kauf“, erklärt Petra Süptitz das Wachstum. „Weniger Möglichkeiten zum finanziellen Ausgleich gibt es hingegen bei Lebensmitteln oder Hygieneartikeln, hier sparen die Verbraucher bei der Anschaffung.“ Bei Produkten des täglichen Bedarfs ist der Anteil der Konsumenten, die nachhaltig kaufen wollen und dafür bereit sind, tiefer in die Tasche zu greifen von 69 auf 66% gesunken.

Der GfK Nachhaltigkeitsindex ist zum dritten Mal erschienen. Er wird alle drei Monate veröffentlicht. Der nächste GfK Nachhaltigkeitsindex erscheint voraussichtlich im Februar 2022.

Herausforderung Nachhaltigkeit