

Marketmedia24

Wachsendes Umweltbewusstsein ist messbar

Dienstag, 15.03.2022

Bei mehr als der Hälfte der Deutschen hat sich das Thema Nachhaltigkeit im ökologischen Mindset als wichtig bis sehr wichtig etabliert. Das ergab eine repräsentative Konsument:innen-Befragung, die das Kölner Forschungsinstitut Marketmedia24 im Auftrag der Branchenverbände AVG, EVL, Hobby-Kreativ und PBS-Markenindustrie durchgeführt hat.

Ziel der vier Interessenvertretungen ist es, gemeinsam und initiativ Lösungswege und Trends aufzuzeigen, um alle Mitglieder für aktuelle und künftige Herausforderungen zu wappnen. Dabei steht der immer lauter werdende Ruf nach einer nachhaltigen Wirtschaft ganz oben auf der Agenda.

Gerlinde Karg, die Verbandsvorsitzende und Geschäftsführerin von Hobby + Kreativ, weiß, dass insbesondere für Produkte aus Holz das Umweltbewusstsein bei den Deutschen stark ausgeprägt ist. Heike Tschewinka, Geschäftsführerin des EVL (Europäischer Verband Lifestyle), unterstreicht die Bedeutung von Nachhaltigkeit insbesondere für mittelständische Unternehmen: „Gerade für Familienunternehmen geht es seit jeher auf allen unternehmerischen Ebenen um Langfristigkeit und Beständigkeit.“

Wachsendes Umweltbewusstsein ist messbar

Links

- [Marketmedia24](#)