



**SEILBAHNEN
INTERNATIONAL**

**TECHNOALPIN
GEBRAUCHT
NEU DENKEN**

**ENERGIE
SAISON NEU
DENKEN**

**TREND CHECK
UNTERHALTUNG
NEU DENKEN**

TECHNOALPIN®



AKTUELLE NACHHALTIGKEITS-NEWS: INTERESSANTE ERKENNTNISSE IM CHECK

Die Nachhaltigkeit ist Thema zahlloser Studien und Analysen. Fest steht, ihre Bedeutung steigt. Und doch sind die Einschätzungen höchst unterschiedlich.



UMWELTBEWUSSTSEIN BEEINFLUSST REISENDE

Für 65 Prozent der Deutschen sind Umwelt- und Klimaschutz wichtig. Das geht aus einer Studie des Deutschen Umweltbundesamtes hervor. Gar 77 Prozent sehen im menschlichen Handeln eine Hauptursache des Klimawandels. Dennoch findet, so eine Studie der Internationalen Tourismusbörse Berlin (ITB), Reiseverzicht aus Nachhaltigkeitsgründen kaum statt. Die Reiselust ist und bleibt hoch. Sehr wohl aber dürften sich die Art und Weise, wie in den Urlaub gereist wird bzw. wie Urlaub gemacht wird, verändern. Immerhin 36 Prozent der Deutschen wären bereit für mehr Nachhaltigkeit mehr zu bezahlen; 19 Prozent haben es bereits getan. *Quelle: ITB Berlin, Dt. Umweltbundesamt, 8.6.2022*



NACHHALTIGKEIT ALS MUSS

91 Prozent der Befragten der Generation Z (10 bis 25-Jährige) geben in einer internationalen Studie von GlobeScan an, den Wunsch zu haben, ihren Lebensstil zu ändern, um umweltfreundlicher zu werden. Gleichzeitig sagen 80 Prozent der Befragten, dass es Unternehmen sind, die konkrete Maßnahmen gegen den Klimawandel und für mehr Nachhaltigkeit setzen müssen. *Quelle: Absatzwirtschaft/GlobeScan 18.5.2022*



DIGITAL AUCH NACHHALTIG?

Digitales ist nicht automatisch nachhaltiger als klassisches Marketing, etwa mittels Print-Prospekten. Denn digital bedeutet Stromverbrauch, etwa für die Datenübertragung und die digitalen Endgeräte oder digitalen Anzeigetafeln bzw. Displays. Der deutsche Stromanbieter Lichtblick hat den CO₂-Fußabdruck einer seiner Kampagnen untersucht: Neun Tonnen CO₂ verursachte die Werbung via digitaler Displays und weitere 1,6 Tonnen Online-Werbung (89 Prozent für die Datenübertragung, elf Prozent für die Endgeräte der Adressaten). *Quelle: Absatzwirtschaft „Dem Klima ist digitale Werbung nicht egal“, 5.7.2022*



ABSCHIED VOM PAPIER

Immer öfter verabschieden sich Unternehmen von gedruckten Katalogen und Werbemitteln aus Papier. Die Baumarktakette Obi etwa verschickte Ende Juni 2022 zum letzten Mal Prospekte in bekannter Form. Begründet wird das mit starken Veränderungen beim Informations- und Konsumverhalten der Kunden, aber auch mit Papier als teurer, knapper werdende Ressource. Statt der Prospekte gibt es eine Kommunikations- und Beratungs-App, genannt „heyObi“. *Quelle: W&V „Obi: was nach dem Ende der Prospekte kommt“, 24.6.2022*



WICHTIG, ABER...

Wie relevant ist Nachhaltigkeit bei Kaufentscheidungen? Dieser Frage ging die Markenberatung Esch in der Studie „Nachhaltigkeit und Marken“ nach. Fest steht - Nachhaltigkeit ist wichtig und gewinnt weiter an Bedeutung. Für 40 Prozent der Befragten steigt bei Kaufentscheidungen die Bedeutung der Nachhaltigkeit. 51 Prozent erachten sie als gleich wichtig wie heute. Umso überraschender ist, dass sie als zentrales Auswahlkriterium hinter Qualität (37 Prozent), Preis (33) und Funktionalität (25) mit 19 Prozent gerade einmal an vierter Stelle rangiert. *Quelle: Markenberatung Esch/W&V, 11.3.2022*



SEHR GERN IN DER NATUR

52 Prozent der Deutschen sind im Urlaub gerne in der Natur, so aktuelle Ergebnisse des Statista Global Consumer Survey. Ein absoluter Höchstwert. Umso überraschender, dass die gleiche Untersuchung ergibt, dass für nur 18 Prozent der Deutschen Nachhaltigkeit bei Reisen wichtig ist. *Quelle: Reisevorlieben - Statista Global Consumer Survey, 13.6.2022*



ZERTIFIZIERT NACHHALTIG

Nachhaltiges Agieren als Unternehmen belegen zu können und gleichzeitig Anregungen für die Weiterentwicklung des eigenen Tuns zu bekommen, sind Gründe warum spezialisierte Zertifizierungsinstanzen gefragt sind. Eine davon ist die B Corporation-Zertifizierung, vergeben durch „B Lab“. „B“ steht für beneficial und meint die freiwillige Einhaltung hoher sozialer und ökologischer Standards. B Lab ist eine aus den USA stammende, weltweit agierende gemeinnützige Organisation, die es etwa auch in Deutschland gibt (www.bcorporation.de). *Quelle: Green Radar von Stephan Grabmeier, W&V 20.7.2022*